



**COMPTE-RENDU DU CONSEIL D'EXPLOITATION N°9
DE L'OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL**

MERCREDI 19 FEVRIER 2020 – 14H30
MAIRIE DE VILLECROZE

-Présents :

- Rolland BALBIS, Président CCLGV.
- 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.
- Ghislaine MARGOTTEAU, La Bastide des Pignes, Régusse.
- Laurent PERICAT, développeur Maison de la Truffe, Aups.

-Excusés :

- Jean BACCI, Maire de Moissac-Bellevue.
- Raymonde CARLETTI, Maire de La Martre.
- Anne HOUY, Maire de Régusse.
- Denise GUIGUES, Maire des Salles-sur-Verdon.
- Pierre JUGY, Maire de Tourtour.
- Bernard PANTEL, 1^{er} Adjoint au Maire d'Aups.
- Joël BOULLERET, propriétaire de meublés, Bauduen.
- Jean-Louis CROQUET, Château Thuerry.
- Gérard LACROIX, loueur de canoës, Aiguines.
- 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.
- Maud DUMONTANT, conseillère en séjours BIT Villecroze, référente taxe de séjour et community manager.

-Compte-rendu :

Charles-Antoine MORDELET, Président de l'OTI LGV, ouvre la séance et cède la parole à Monsieur le Maire de Villecroze et Président de la CCLGV, Rolland BALBIS, qui nous accueille ce jour en sa commune et fait un mot d'introduction.

Charles-Antoine MORDELET en profite pour préciser que c'est la dernière réunion du conseil d'exploitation de ce mandat. Il souligne l'importance et la qualité du travail réalisé par le directeur et son équipe depuis la création de l'OTI. Il remercie également Fabien PERROT, à titre personnel, pour sa gentillesse dans ses fonctions.

Il dresse la feuille de route stratégique de ce qui lui semble important pour le prochain mandat à venir, s'il est encore là :

-mettre encore davantage l'accent sur le hors-saison.
-prendre en considération la baisse de la clientèle néerlandaise, notamment dans l'hôtellerie de plein air et développer les autres clientèles, notamment de proximité (régions Sud et Auvergne Rhône Alpes).
-faire davantage avec moins de moyens. Charles-Antoine MORDELET souligne l'absence de moyens accordés par l'Etat, la baisse des subsides au niveau départemental. Le seul interlocuteur territorial susceptible d'apporter encore des financements est, selon lui, la Région et il faut s'appuyer dessus notamment dans le cadre du contrat Smart Destination Verdon.

Il cède ensuite la parole à Fabien PERROT pour dérouler l'ordre du jour.

1/ Contrat « apporteur d'affaires » avec la société Smily

Fabien PERROT rappelle que les meublés de tourisme représentent 79% des structures d'hébergement du territoire et 22% des lits touristiques. La plupart sont des microstructures qui souffrent aujourd'hui d'un manque de professionnalisation et de visibilité en ligne. Le risque encouru est que les moins professionnelles de ces structures soient amenées à disparaître ou à se soumettre aux conditions de vente des opérateurs numériques (Air BnB, Booking ou encore Abritel) sans connaissance de ce secteur. La 2nde menace est, à terme, une diminution de la collecte de la taxe de séjour sur ce type d'hébergement.

Aussi, afin de contribuer à la « professionnalisation » des propriétaires de meublés de tourisme, à l'amélioration de leur visibilité en ligne et à l'optimisation de la commercialisation de leur structure via les canaux les plus porteurs et considérant la proposition de la société Smily, recommandée par le service tourisme de la Région Sud, d'offrir une solution de commercialisation en ligne pour les meublés de tourisme sous forme d'une place de marché facile et rapide à intégrer sur le site web de l'OTI sans surcoût pour notre structure et permettant le reversement d'une commission de 1% du montant total des réservations la 1^{ère} année de l'abonnement, il a été proposé aux membres d'auditionner Florian STENSTROM, représentant de la société Smily.

A l'issue de la présentation les questions sont nombreuses, notamment de la part des professionnels présents :

Ghislaine MARGOTTEAU demande comment la différence de présentation serait faite sur le site web de l'OTI entre les propriétaires de meublés et de chambres d'hôtes qui intégreront la société Smily et les autres.

Fabien PERROT lui précise qu'il y aurait une rubrique « hébergements avec réservation directement sur le site » et une rubrique avec ceux pour qui le propriétaire resterait à contacter, à sa demande.

Charles-Antoine MORDELET pense que cette solution n'a pas d'intérêt pour ceux qui sont déjà sur les plateformes et que pour ceux qui n'y sont pas encore, la commission de 5% demandée, se rajoutant à celle des opérateurs numériques, sera trop importante. Il pense que ce sera un frein au déploiement de la solution sur le territoire de la CCLGV.

Lydie CLIQUET demande si Smily a un lien privilégié avec Booking du fait de la dénomination « Booking Sync ».

Florian STENTROM lui répond que Booking est un partenaire au même titre que Homeway (Abritel) ou encore Air BnB.

A l'issue des échanges nombreux, le Président et les membres décident :

-d'organiser une réunion avec les propriétaires de meublés et chambres d'hôtes au printemps afin que Florian STENTROM leur présente la solution Smily et de voir :

-s'ils sont intéressés ou non, prêts à verser une telle commission et s'il y a donc intérêt ou non pour l'OTI à signer le contrat avec Smily.

-un éventuel contrat avec Smily ne serait signé qu'à l'issue de cette réunion et en fonction de son résultat.

2/ Création d'un 8^{ème} BIT à La Martre au Logis du Pin.

A l'issue de la présentation des arguments justifiant la création d'un 8^{ème} Bureau d'Information Touristique à La Martre, au niveau du Logis du Pin :

-fréquentation de la Route Napoléon : 700.000 véhicules / an.

-notoriété de cette route historique.

-développement de notre présence sur l'Artuby ;

Et des moyens nécessaires à cette fin :

-mise à disposition d'un local refait à neuf par la Commune de La Martre.

-embauche d'une conseillère en séjours experte en réseaux sociaux et demeurant sur place (Comps-sur-Artuby) pour un contrat saisonnier d'une durée de 6 mois, du 01/06 au 30/11/20 ;

Rolland BALBIS, Président de la CCLGV, rappelle que la Mairie de La Martre a un projet de plus grande envergure sur le terrain situé en face. Le projet a été mis en attente car le terrain est pollué et la Commune de La Martre est en train de régler les questions d'acquisition. Une fiche a été déposée au Contrat de Plan Etat Région à venir, en attendant.

Charles-Antoine MORDELET souligne par ailleurs qu'il est important de renforcer la présence de la CCLGV sur l'Artuby. Il propose de faire un contrat de 6 mois à Marie PELLEGRIN car c'est désormais une obligation pour les saisonniers afin qu'ils puissent toucher le chômage.

Fabien PERROT précise que si le local mis à disposition par la Mairie de La Martre n'est pas prêt au 1^{er} juin, le travel truck sera installé à cette fin au Logis du Pin en attendant. Quoi qu'il en soit, il faudra être prêts et physiquement présents pour le passage du Tour de France sur cette partie du territoire le 29 juin.

La question d'un déploiement de France Services sur l'Artuby est également évoquée. Elle suppose de recruter une employée très polyvalente, ce qui correspond au profil de Marie PELLEGRIN.

A l'issue des échanges, les membres émettent un avis favorable à l'unanimité sur :

-l'ouverture d'un 8^{ème} BIT à La Martre au plus tard le 1^{er} juin 2020.

-le recrutement de Marie PELLEGRIN pour un contrat saisonnier de 6 mois et non 5, pour se mettre en conformité avec les nouvelles dispositions sur les saisonniers et afin qu'elle soit en capacité de prétendre aux droits au chômage à l'issue de son contrat avec la CCLGV.

3/ Rapport d'activité 2019.

Le rapport d'activité annuel 2019 a été présenté en séance par Fabien PERROT, Directeur, conformément aux statuts. Ce rapport intègre le bilan de fréquentation dans les Bureaux d'Information Touristique, sur nos supports numériques et de l'ensemble de nos actions de promotion.

Fabien PERROT souligne notamment :

- le doublement de la taxe de séjour collectée en 2 ans (dont 118.000 € par les opérateurs numériques en 2019).
- un excédent de fonctionnement à l'issue de l'exercice 2019 de 200.000 €.
- la professionnalisation de la structure avec un classement en catégorie 3 puis 2 au cours de l'année 2019, ce qui nous permet d'atteindre aujourd'hui un niveau de services équivalent à celui de l'OTI de la Dracénie Provence Verdon Agglomération.
- une stabilisation et même une très légère augmentation de la fréquentation dans les BIT par rapport à 2018 alors que le constat était une baisse de – 8% fin août à l'issue de la saison. L'année 2019 a été « sauvée » par les mois de septembre et octobre, ce qui démontre très clairement que la fréquentation commence à se développer de manière très notable pendant les ailes de saison, ce qui est le cœur de notre stratégie et l'objectif recherché.

La parole est ensuite cédée aux membres, pour échanges.

Charles-Antoine MORDELET souligne la qualité de ce bilan aussi bien sur le plan financier que technique. Il remercie une nouvelle fois l'ensemble de l'équipe pour son implication. Il reconnaît que l'arrière-saison a été très bonne et a permis de réaliser, au final, une année normale sur le plan de la fréquentation. Il demande de poursuivre et renforcer les efforts engagés sur les ailes de saison et notamment sur les clientèles de proximité (métropoles Aix-Marseille et Nice notamment).

4/ Plan de promotion 2020.

Le plan de promotion 2020 a été présenté en séance par Fabien PERROT, Directeur, conformément aux statuts.

Charles-Antoine MORDELET a ensuite lancé les débats avec l'ensemble des membres pour recueillir leur avis.

Lydie CLIQUET et Ghislaine MARGOTTEAU félicitent l'équipe pour la brochure de séduction. Elles demandent à ce que le PDF soit envoyé à tous les hébergeurs et tous les prestataires.

Fabien PERROT rebondit et demande à Maud de mettre la 1^{ère} de couverture sur Verdon News.

Lydie CLIQUET demande si le parcours de découverte de Villecroze sera matérialisé par des petits panneaux dans le village.

Charles-Antoine MORDELET indique que le parcours est matérialisé sur le terrain à Aiguines.

C'est la même chose à Régusse selon Ghislaine MARGOTTEAU.

Il est donc décidé d'aller en ce sens également pour Villecroze. Maud est chargée du dossier, en partenariat avec Lydie CLIQUET.

Fabien PERROT insiste en particulier sur :

- le doublement du budget consacré au plan de promotion annuel, qui passe de 30.000 € à 60.000 € grâce aux efforts conséquents réalisés sur les dépenses, notamment la masse salariale (non remplacement de Reina BOMAS-BUITER à son départ en retraite), et au bon résultat de l'exercice 2019 (hausse de la collecte de la taxe de séjour notamment).

-la multiplication des actions de promotion par rapport aux 02 exercices précédents :

-salon de Bruxelles, du 06 au 09/02/20.

-conférence de presse à Milan, le 05/03/20.

-salon du randonneur à Lyon, du 20 au 22/03/20.

-salon ID Week-End à Nice du 03 au 05/04/20.

-salon du blogueur à Mandelieu les 16 et 17/04/20.

-opération micromarché à Décathlon Bouc Bel Air le 18/04/20, avec Var Tourisme.

-campagne d'affichage dans le métro de Paris du 21/04/20 au 27/04/20, au niveau des quais des stations Bastille et Châtelet.

Fabien PERROT indique que ce plan de promotion 2020 vise à répondre à la commande du Président : développer des micromarchés sur les clientèles régionales de proximité, puisque les bassins de population ciblés sont : Aix-Marseille, Nice, Lyon et Milan.

L'opération à Bruxelles correspond à notre 1^{ère} clientèle étrangère.

L'ensemble des participants sont élogieux sur les efforts déployés par l'équipe sur ce plan de promotion 2020.

Fabien PERROT en profite également pour souligner le fait que Var Tourisme a répondu aux demandes des territoires sur le fait de se recentrer sur son cœur de métier : le marché France et nous accompagner sur les clientèles régionales de proximité.

Lydie CLIQUET abonde en ce sens et reconnaît que Var Tourisme a pris de bonnes orientations.

Charles-Antoine MORDELET remarque la qualité du travail fourni par la nouvelle Présidente, Françoise DUMONT.

L'ensemble des membres apprécie l'idée de la campagne dans le métro parisien. Les stations retenues, très fréquentées, semblent d'autant plus pertinentes que le coût annoncé de 1.500 € ne semble pas excessif.

5/ Proposition de participation au salon ID WEEK-END à Nice du 03 au 05 avril 2020 :

Conformément au souhait émis par les membres du conseil d'exploitation lors des dernières séances de travail, il a été proposé de participer au salon ID WEEK-END sur une des grandes métropoles régionales de proximité, Nice, du 03 au 05 avril 2020.

Les dossiers de présentation et de participation ont été soumis aux membres en séance, pour avis, afin d'envisager tous ensemble comment participer de manière optimale à cette opération sur une des clientèles majeures pour notre destination : la clientèle régionale.

Fabien PERROT précise que l'OTI ira accompagné de 4 partenaires :

-La Bastide de Tourtour, Hôtel****- restaurant et spa.

-Camping Le Ruou, à Villecroze.

-Camping, chambres d'hôtes et meublés Chanteraine, à Aiguines.

L'OTI est toujours en recherche d'un 4^{ème} et dernier partenaire représentatif des activités de pleine nature puisque le thème du salon est lié au sport et que nous serons présents sur l'espace Nature et Ecotourisme.

Pour l'OTI, Elena MAHIEUX sera présente les vendredi et samedi et Sabine LIONS, le dimanche.

6/ Boutique, renouvellement de l'édition de la carte AIO.

Un power point est présenté avec la proposition de rééditer la carte AIO mais à nos frais.

Le coût de l'opération : acquisition des droits et impression (2 devis sollicités) s'élèverait à 8.000 € environ. D'après Reina BOMAS-BUITER, l'opération serait rentabilisée en moins d'1 an.

Lydie CLIQUET souligne la qualité du support et des tracés des circuits.

Reina BOMAS-BUITER nous a fait part de sa relation privilégiée avec le prestataire, ce qui fait qu'il lui donne la priorité sur d'autres collectivités ou OTI comme Verdon Tourisme (secteur de Castellane) pour l'acquisition des droits et la réédition.

Charles-Antoine MORDELET valide cette proposition et demande à ce que cette carte soit rééditée pour le printemps 2020.

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.

Personne ne souhaitant prendre la parole et l'ordre du jour étant épuisé, Charles-Antoine MORDELET clôture la séance à 18h.

A Villecroze, le 19 février 2020,

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



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'C. Mordelet', written over the stamp.