



Comité de direction de l'Office de tourisme Auvergne VolcanSancy

Compte-rendu de séance

Mardi 12 novembre à 19h
Salle du conseil – 63210 ST PIERRE ROCHE

Date de la convocation : 22.10.2024

Nombre de conseillers : 17 titulaires et 17 suppléants

Présents : 10

Votants : 11

L'an deux mille vingt-quatre, le douze novembre à dix-neuf heures, le comité de direction, dûment convoqué s'est réuni au nombre prescrit par la loi, salle du conseil – 63210 SAINT PIERRE ROCHE, sous la Présidence de Michelle GAIDIER.

Etaient présents :

BRUGIERE Joël

CLAMADIEU Yves

CROS Josiane

DURAND Patrick

GAIDIER Michelle

GASTEAU Nathalie

PELLISSIER Patrick

RAGU David

SAUVAT David

TOURREIX Jean-Luc

Absents excusés et pouvoirs :

ALLAUZE Gilles

BERNARD Laurent

BRUGIERE Eric

FONCELLE Dominique

FONTAINE Patrick

GAUTHIER Samuel

GAY Georges

LEGOUFFE Thierry

LETORD Alexandre

MICHAUX Pascal

MOULY Sylvie donne pouvoir à Josiane CROS

PANTEKOEK Eric

PAUPERT Olivier

SAURAT Corinne

SERRE Christophe

TOURNADRE Yannick

VERDIER Alexandre

Formant la majorité des membres en exercice.
Judith DUMONS est élue secrétaire de séance.

Ordre du jour :

1. Validation du compte rendu du comité de direction du 23.09.2024
2. Présentation de la future stratégie de communication
3. Questions diverses

1. Validation du compte-rendu du Comité de Direction du 23.09.2024

Aucune remarque.
11 votes pour.

Après en avoir délibéré, le comité de direction décide :

- *De valider le compte rendu du comité de direction du 23.09.2024.*

2. Présentation de la future stratégie de communication

Patrice VILLEMEJANE a rejoint l'équipe en juin 2024, en tant que « Chargé de communication et des relations presse ». Son premier objectif, mettre en place la stratégie de communication de la structure. Cette stratégie permettra à l'ensemble de l'équipe d'assurer des missions de promotion cohérentes, avec un message commun.

Nous souhaitons aussi que cette stratégie soit partagée par les professionnels du tourisme du territoire, que chacun puisse se l'approprier pour mieux communiquer. C'est pour cette raison qu'elle sera présentée à l'ensemble de nos partenaires et élus le lundi 9.12.2024, en salle des fêtes de Perpezat, à 18h.

Présentation de la stratégie de communication, par Patrice VILLEMEJANE :

LE CONTEXTE



PREMIÈRE STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR L'OT, SUR 2 ANNÉES « TEST »

UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION TIEN COMTE DE L'OFFRE, DU TERRITOIRE, DE L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL, DES MOYENS...
ELLE PRÉSENTE : LE POSITIONNEMENT, LES OBJECTIFS, LES CIBLES, LES OUTILS

D'ABORD LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION PUIS LE PLAN DE COMMUNICATION

IL FAUT FAIRE DES CHOIX, CONCENTRER LES MOYENS ET LES ÉNERGIES.
SORTIR DU TOURISME DU HASARD.

QUI SOMMES-NOUS ?



© D.Conthier

LE CONSTAT : FORCES



LA PLEINE NATURE COMME VITRINE

L'offre pleine nature, argument #1 plébiscité sur le territoire
Une nature accessible (niveau, géographie...) et non artificielle (hiver...)

UN POSITIONNEMENT IDÉAL

Au milieu de l'Auvergne, proche de tous les grands sites (via A89 / N89)
Des lieux qui attirent sur le territoire : Cuéry, Stèle, La Tour d'Auvergne, Orcival...

UNE « VRAIE » VIE

Un territoire d'abord habité avant d'être touristique. Des habitants fiers et accueillants. Le côté très humain du territoire et de l'OT.

UN TERRITOIRE ABORDABLE

Rapport qualité/prix indéniable. Pour toutes et tous.

NATURE ACCESSIBLE

CENTRAL / PROXIMITÉ

BIEN VIVRE ENSEMBLE

RAPPORT QUALITÉ/PRIX

LE CONSTAT : FAIBLESSES



AUVERGNE VOLCANSANCY ?

Territoire peu connu / confondu. Difficile à situer. Une composition administrative avant d'être un territoire touristique (2 versants, Dôme Sancy Artense ?)

DES LOCOMOTIVES ... EXTÉRIEURES

Le Sancy, la Chaîne des Puys, Vulcania, Clermont, Bort-les-Orgues ...
Même si l'on dispose de lieux qui parlent, les plus gros sites sont hors territoire.

UNE OFFRE DISPARATE

Des secteurs plus pourvus que d'autres.
Une offre indoor quasi inexistante.
Du patrimoine, mais pas comme produit d'appel.
Des hivers avec peu de neige, offre « compliquée ».

UN « PETIT » OT

Moyens humains et financiers moins importants que d'autres OT
Une obligation de faire des choix, de ne pas pouvoir tout faire.

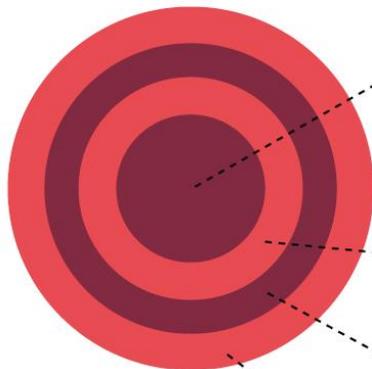
FAIBLE NOTORIÉTÉ

OFFRE SURTOUT EXTÉRIEURE

TERRITOIRE CONTRASTÉ

UN PETIT POUCKET

AUTOUR DE NOUS



LES OFFICES DE TOURISME

Un GROS voisin : Le Sancy, locomotive du département
Des OT miroirs : des positionnements similaires nature, volcans, outdoor
L'Auvergne comme bannière
Des cibles souvent communes
4 offices importants : Sancy, Terra Volcana, Clermont, Livradois-Forez
3 offices plus petits : Combrailles, Pays d'Issoire... et NOUS !

LE DÉPARTEMENT

Nouvelle stratégie en 2025
Grands sites départementaux + Unesco
Sujets principaux : volcanisme, itinérance, nature

LA RÉGION

Première destination « montagne » en France.
Communique sur tous les sujets : outdoor, patrimoine, gastronomie...
Communique en France, en Europe voire à l'international

... ET AILLEURS EN FRANCE !

Un positionnement Slow Tourisme, Nature, Outdoor partagé sur de nombreux territoires de montagnes / moyennes montagnes partout en France.



COMMENT EXISTER ?
SE DÉMARQUER ?



QUI SERONS-NOUS ?

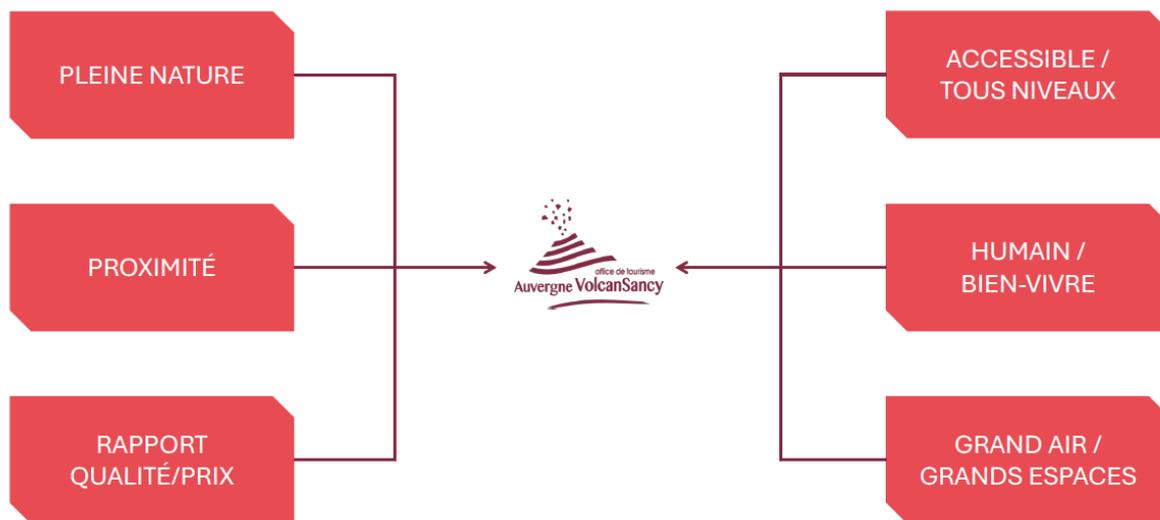


© D. Conthier

NOTRE POSITIONNEMENT



NOS ATOUTS PRINCIPAUX (et marquants...)



NOTRE POSITIONNEMENT



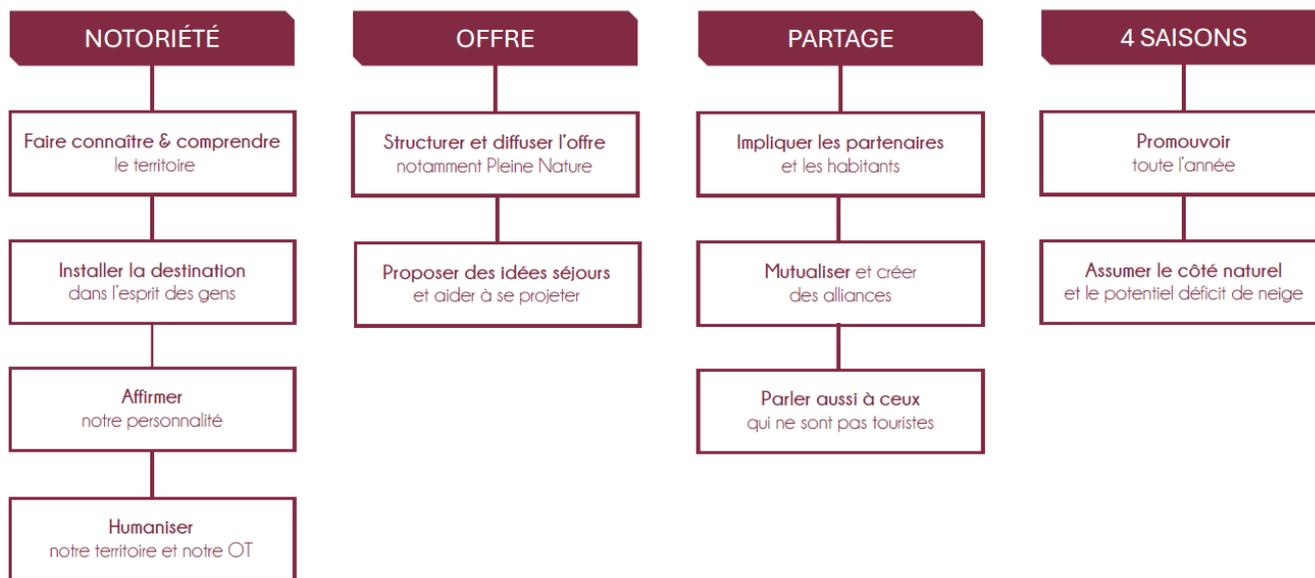
Auvergne VolcanSancy, c'est **la moyenne montagne et les volcans accessibles** et préservés, un **terrain pleine nature** gigantesque, un **camp de base** idéal pour rayonner sur **les principaux sites de l'Auvergne**, où l'on **prend le temps**, où l'on **accueille avec le sourire** et pour tous les budgets.



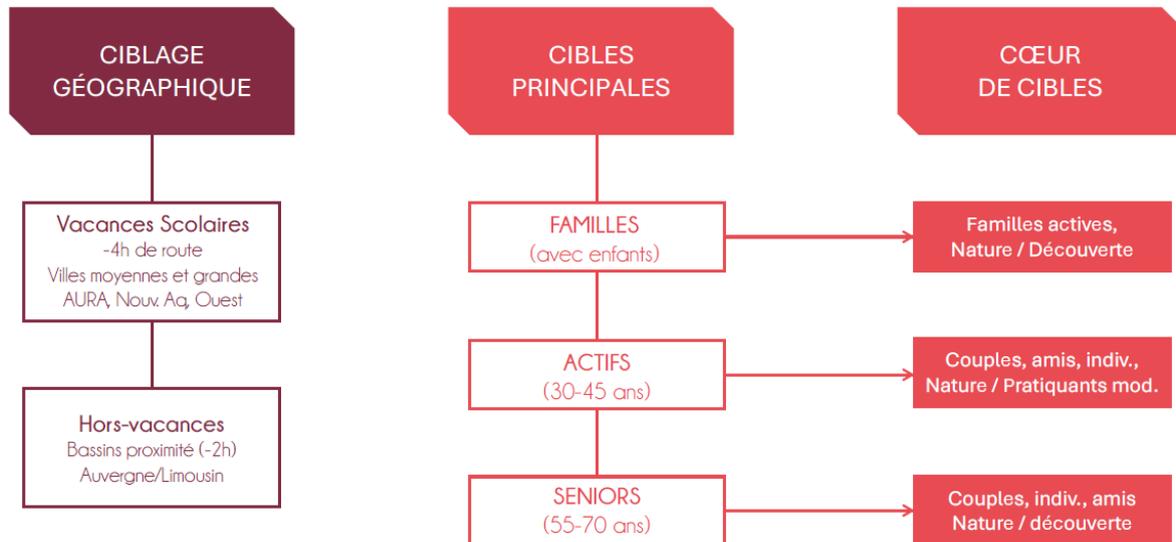
EN RÉSUMÉ (LA PROMESSE)

AUVERGNE VOLCANSANCY,
PROCHE PAR NATURE

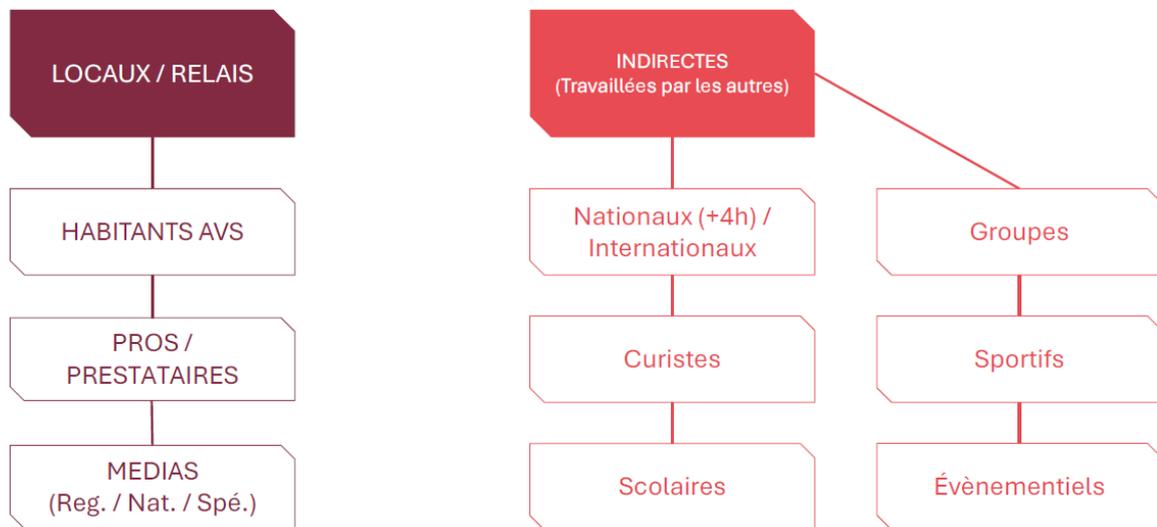
NOS OBJECTIFS



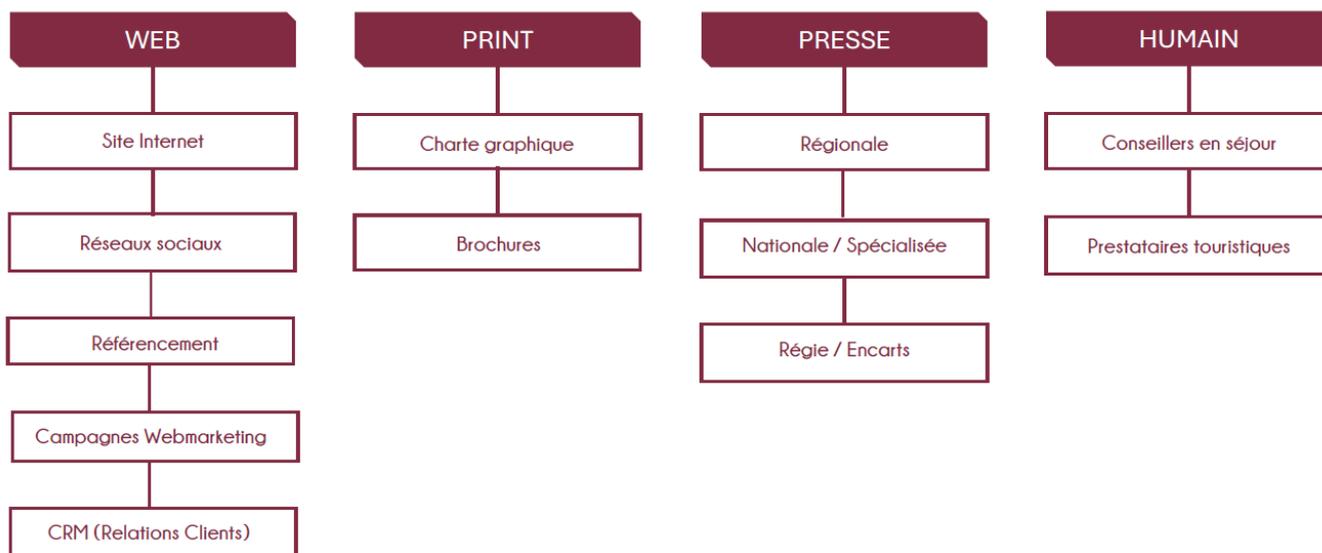
NOS CIBLES PRIMAIRES



NOS AUTRES CIBLES



NOS OUTILS



Remarques formulées par le comité de direction (en amont pour les membres absents ayant pris connaissance du document ou pendant la séance) :

La stratégie de communication présentée fait plutôt consensus dans son ensemble. Les principaux échanges ont tourné autour des thématiques suivantes :

- **L'offre** : importance de communiquer sur une offre dont le territoire dispose vraiment, ne pas faire de fausses promesses au client. Nous sommes une destination pleine nature mais notre offre est encore à bâtir en partie, notamment sur les deux sites pivots du territoire (Centre Montagnard Cap Guéry et Espace Sport Nature La Stèle).
- **La proximité** doit être l'argument numéro un de notre communication. Proximité avec tous les sites majeurs du département ; la destination est un vrai camp de base pour rayonner.
- **Le bien-vivre ensemble** : notre territoire est avant tout un territoire habité, avant d'être touristique. Les produits locaux, l'ambiance des villages (certaines « locomotives » sur le territoire) et le sentiment d'appartenance des habitants à leur territoire sont des éléments forts à prendre en considération dans la stratégie de communication.

3. Questions diverses

Il n'y a pas de questions diverses.

Fin de la séance 21h.