



Office de Tourisme de la Vallée d'Aulps

Compte-rendu Comité de Direction Mardi 9 août 2011

Membres présents :

Collège des élus : Anthony BAUD, Emile BREHIER, Annie FAVRE, Cyrille GALLAY, Jacqueline GARIN, Georges LAGRANGE

Collège des socioprofessionnels : Sylvain BAUD, Marie-Thérèse BAUD, Bruno BURNOUD, Marie LAGRANGE, Christelle MUDRY

Membres excusés : Jean-Pierre BOUVET, Rémi CULLAZ

Membres absents : Thierry COFFY, Jean COLLET, Philippe ELOY, Flora MUFFAT, Maryline GAILLARD, Sébastien TOURNIER, Vincent VOIRON

Autre personne présente : Leïla BONNET

Début de la réunion à 18h30

Rappel Ordre du jour :

- 1- Premier bilan de la prise de poste de la nouvelle directrice, présentation et validation des orientations stratégiques
- 2- Présentation et délibération concernant les produits d'appel hiver et été 2011/2012
- 3- Présentation de la brochure d'appel 2011/2012
- 4- Présentation du bilan de la campagne de référencement du site internet 2010/2011 et délibération concernant le renouvellement du contrat avec Cybercité
- 5- Questions diverses

1- Orientations stratégiques

Leïla Bonnet présente ses activités depuis sa prise de poste le 20 juin 2011 :

- Réunion avec chaque membre du personnel
- Rencontre avec partenaires et prestataires : CCVA, DDVA, SIVU Saint Jean, Meurianne animation, Portes du soleil, Pamplemousse, Cybercités. A venir : Val d'Aulps location, Saint Jean animation, UDOTSI, Ingénie, SIAC...
- Participation aux réunions des PDS et au comité de station de Saint-Jean station (avec mise en place d'une intervention d'un consultant Famille Plus)
- Représentation sur la Pass'Portes et aux feux du lac de Montriond
- Premières actions concernant la communication interne, la prochaine brochure d'appel, le référencement du site internet (cf. points 2, 3, 4)

Puis elle fait part de ses remarques en termes de **positionnement et d'objectifs de l'office :**

L'office de tourisme est à la fois un outil d'information et d'animation au service des vacanciers déjà présents dans la vallée avec pour objectif : la satisfaction des clients et donc leur fidélité éventuelle; et un outil de structuration de l'offre et de promotion avec pour objectif la venue sur le territoire de vacanciers potentiels, ciblés en fonction des atouts du territoire.

L'office de tourisme est donc avant tout un outil commercial : objectif, vendre le territoire et surtout vendre des séjours et les prestataires adhérents !

Elle propose le positionnement stratégique suivant : faire de l'office de tourisme un outil commercial au service des adhérents = développer les produits et les outils commerciaux, les prestations de conseil aux prestataires et la qualité de l'accueil

Actions proposées sur l'année 2011 /2012 pour répondre à cet objectif :

- Réaliser un inventaire des atouts du territoire par type de clientèle potentielle (équipements, services, offres bons plans...)
- Créer des offres packagées hiver/été avec les adhérents (cf. proposition)
- Mettre en place avec Ingénierie la solution la plus adaptée pour commercialiser en direct les produits sur le site internet
- Adapter et améliorer nos outils de promotion : brochure d'appel (cf. proposition), site internet (référencement internet et externe + amélioration de la page d'accueil + campagne réseaux sociaux...), newsletter clients...
- Continuer à développer les actions de promotion presse et internet avec les partenaires : Savoie Mont Blanc Tourisme, Thonon, SIVU, DDVA.
- Mettre en place un fichier journalistes (presse et web) qualifié et multiplier les communiqués et les actions en direction de la presse, sélectionnée en fonction de la cible recherchée
- Mettre en place un cahier des charges pour la réalisation en interne de photos et vidéos conformes aux besoins de la promotion de l'OT et des adhérents
- Proposer si possible une formation aux agents d'accueil (conseillères en séjour) permanentes pour leur donner une culture plus « commerciale » (réactivité, adaptation instantanée de la réponse à la demande client...)
- Continuer la mise en place de la passerelle avec SITRA et une formation interne à l'utilisation de l'outil
- Développer la newsletter adhérents pour mieux appréhender leurs produits (inventaire), proposer des prestations de conseil (amélioration de l'hébergement en fonction de la cible recherchée, amélioration du site internet, infos juridiques...), et communiquer sur les actions de l'OT

Leïla Bonnet développe ensuite les enjeux concernant le **management** de l'office de tourisme :

2 problématiques essentielles :

- communication interne compliquée par la multiplicité des sites
- code du travail et convention collective peu respectés dans la gestion des heures, notamment pour les animatrices (mais pas seulement)

Proposition d'actions 2011/2012

- Mettre en place des outils de communication interne efficace : agenda partagé (Google agenda), document type d'information interne avec procédure pour sa diffusion, extension des réunions d'équipe du lundi matin de 9h à 10h aux conseillères en séjour (hôtesses d'accueil). *Information : l'extension des réunions d'équipe aux hôtesSES d'accueil le lundi matin nécessite de fermer les bureaux de Saint Jean et Montriond sur ces horaires (9h-10h)*
- Présentation au personnel de la législation en terme d'horaire hebdomadaire de travail, de demande de congés..., remise à plat des protocoles et modulation du temps de travail
- Redéfinition des missions des animatrices prenant en compte la réorganisation en terme de temps de travail et la cohérence des animations sur lesquelles elles sont mises à disposition

avec le positionnement de l'office de tourisme (Réunion commission animation prévue le 10-10-11)

Les membres du comité de direction votent à l'unanimité le positionnement stratégique proposé et la mise en place des actions proposées.

2- Produits d'appel hiver / été 2011 / 2012

Leïla Bonnet présente le travail effectué sur les produits d'appel pour l'hiver et l'été 2011/2012, suite à la nécessité d'une présentation de ces produits sur la prochaine brochure à paraître à l'automne.

Leïla Bonnet insiste sur le fait que ces produits devront être marketés, expliqués en détail au client et utilisés pour toute action de promotion à venir : brochure, site internet, presse...

Bons plans Séjours en Vallée d'Aulps – Hiver 2011 / 2012

Coordinateurs du projet :

Office de Tourisme de la Vallée d'Aulps
Remontées Mécaniques de St Jean d'Aulps
Portes du soleil

Partenaires :

Agence immobilière « Immobilière de la Terche » – St Jean d'Aulps station
Agence immobilière « AlpesLocation.com » – St Jean d'Aulps station
Association Val d'Aulps Location, loueurs de meublés indépendants

Avant-propos :

Bilan Ventes Hiver 2011 : 42 séjours vendus – produits 2 personnes uniquement (rappel : existence d'un produit 4 personnes), dont 34 Roc d'enfer et 8 PDS

Volonté 2012 :

Se recentrer sur un seul produit hiver 2 pers. mais en conservant la variante de choix de secteur ski : Roc d'Enfer ou PDS.

Produits proposés :

Profil :

Séjour 7 jours en appartement** + 6 jours de forfait de ski (ROC d'ENFER ou PDS).
Hébergement en appartement localisé en pied de piste sur St Jean d'Aulps station et Montriond (sauf si offre location réduite à Montriond, hébergement au village de Montriond avec navette gratuite vers station).

Cible clientèle :

Couple adulte actifs ou retraités, ou 1 adulte avec 1 ado (+ de 16 ans)

Objectifs :

Générer du séjour sur les périodes moins fréquentées (janvier et mars),
Rendre accessible les vacances au ski en proposant des tarifs très attractifs,
Proposer des produits ciblés et marketés et en faire une promotion adaptée

Date de validité des offres :

Offre à la semaine, du samedi au samedi ou modulable selon la demande, valable du 7 janvier au 11 février 2012 et du 10 au 24 mars 2012

Conditions particulières de participation au produit :

Etre adhérent à l'office de tourisme de la Vallée d'Aulps ou à Val d'Aulps location,
L'agence ou le propriétaire doit être sur place, accueillir le client et lui fournir à son arrivée les clés de la location et les forfaits de remontées mécaniques. L'office de tourisme ne s'occupe en aucun cas de l'accueil client-hébergement.

Caution identique pour tous les prestataires : 200€.

Possibilité de proposer forfait ménage en supplément.

Critères hébergement : couchage séjour clic clac – de 17 à 20m²

Process de vente :

Promotion : Remontées Mécaniques de St Jean d'Aulps et Office de Tourisme de la Vallée d'Aulps
Vente (Information, gestion de dossier et facturation, répartition partenaires) : Office de Tourisme de la Vallée d'Aulps

Accueil des clients (remise des clés + forfaits RM) : Agences immobilières et loueurs de meublés indépendants

Tarifs :

Séjour Duo ROC D'ENFER : 360€ pour 2 personnes (taxe de séjour en supplément)

Répartition :

Part Hébergement : Studio 200€

Part Remontées Mécaniques : 6 jours Roc d'Enfer : 74,62€ (par personne)

Tag-it : 3€ (par personne)

Commission Office de Tourisme, gestion de dossier, vente et répartition : 4,76€

Soit : 200€+ (74,62€ x 2) + (2 x 3€ tag-it) + 4,76€ = 360€

Séjour Duo PORTES DU SOLEIL : 600€ pour 2 personnes (taxe de séjour en supplément)

Répartition :

Part Hébergement : Studio 200€

Part Remontées Mécaniques : 6 jours Portes du Soleil : 194,40€ (par personne)

Tag-it : 3€ (par personne)

Commission Office de Tourisme, gestion de dossier, vente et répartition : 5,2 €

Soit : 200€+ (194,40€ x 2) + (2 x 3€ tag-it) + 5,2 € = 600 €

Bons plans Séjour en Vallée d'Aulps - Eté 2012

Leïla Bonnet informe de la mise en place d'un nouveau produit pour l'été

Objectifs :

Créer un produit été « Vitrine » combinant hébergement et multipass activités sur une cible duo et quatre

Communiquer sur une offre produit

Générer du séjour sur la période estivale

Rendre la montagne accessible en proposant des tarifs attractifs et en bénéficiant d'une multitude d'activités avec le multipass PDS : présenter la montagne comme un terrain de jeu et un espace ludique accessible à tous

Profil :

Séjour 7 jours en appartement** + Multipass activités Portes du Soleil 6 jours

Hébergement en appartement en Vallée d'Aulps (Dans les 9 villages territoire Vallée d'Aulps)

Cible :

Produit DUO : Couple adulte actifs ou retraités

Produit QUATRO : Famille (modulable en fonction du profil)

Date de validité des offres :

Offre à la semaine, du samedi au samedi, valable de fin juin à début septembre (en attente de validation des dates offre Multipass 2012 par les PDS).

Conditions de participation au produit :

Etre adhérent à l'office de tourisme de la Vallée d'Aulps ou à Val d'Aulps location,

L'agence ou le propriétaire doit être sur place, accueillir le client et lui fournir à son arrivée les clés de la location et les forfaits de remontées mécaniques. L'office de tourisme ne s'occupe en aucun cas de l'accueil client-hébergement.

Caution identique pour tous les prestataires

Possibilité de proposer forfait ménage en supplément.

Process de vente :

Promotion : Remontées Mécaniques de St Jean d'Aulps et Office de Tourisme de la Vallée d'Aulps

Vente (Information, gestion de dossier et facturation, répartition partenaires) : Office de Tourisme de la Vallée d'Aulps

Accueil des clients (remise des clés + forfaits RM) : Agences immobilières et loueurs de meublés indépendants

Le client doit, à son arrivée, venir chercher les multipass au bureau d'accueil de St Jean d'Aulps

Tarifs :

SEJOUR DUO : 250€ / 2 personnes (Taxe de séjour en supplément)

Répartition :

Part Hébergement : Studio 230€

Part Remontées Mécaniques : Multipass Activités Portes du Soleil : 12€ (2 personnes)

Commission Office de Tourisme, gestion de dossier, vente et répartition : 8€
Soit : 230€+ (6€ x 2) + 8€ = 250€

SEJOUR QUATRO : 300€ pour 4 personnes (modulable : 4ad ou 2ad+2en ou 3ad+1en ou 1ad+3en)
(Taxe de séjour en supplément)

Répartition :

Part Hébergement T1** : 270€

Part Remontées Mécaniques : Multipass Activités Portes du Soleil : 24€ (4personnes)

Commission Office de Tourisme, gestion de dossier, vente et répartition : 6€

Soit : 270€ + (6€ x 4) + 6€ = 300€

Récapitulatif des produits année 2011/2012

Séjours hiver :

-Séjour Duo ROC D'ENFER : 2 adultes = 360€ (Taxe de séjour en supplément)

-Séjour Duo PORTES DU SOLEIL : 2 adultes = 600€ (Taxe de séjour en supplément)

Séjours été :

-Séjour Duo MULTIPASS PDS : 2 adultes = 250€ (Taxe de séjour en supplément)

-Séjour Quatro MULTIPASS PDS = 300 € (Taxe de séjour en supplément)

Les membres du comité de direction votent à l'unanimité les tarifs des produits d'appel hiver et été 2011 / 2012

Une remarque : étudier la possibilité d'étendre le produit hiver jusqu'au 7 avril, date des vacances scolaires.

3- Présentation de la brochure d'appel 2011/2012

Leïla Bonnet présente le travail fait sur la brochure à paraître à l'automne.

Objectifs : garder le positionnement actuel mais faire de la brochure un outil plus commercial, renvoyant systématiquement le client potentiel vers des séjours à acheter. Renvoi sur le site internet sur lequel un travail en parallèle sera effectué pour donner la possibilité d'acheter les séjours directement.

Ainsi, en page de couverture, présentation des deux saisons (hiver et été) ; pour chaque saison présentation d'un produit d'appel (avec renvoi vers page de détail) ; photos de paysages de la vallée et de cibles potentielles (familles, sportifs, notamment) ; situation géographique (Savoie Mont Blanc) ; renvoi vers le site internet.

A l'intérieur, extension du plan du domaine skiable vers le domaine du Roc d'Enfer qui sera présent et surligné (cohérence avec produit d'appel hiver Roc d'Enfer), présentation des prestataires et des atouts de la vallée, zooms sur certaines offres : -10% sur forfait famille au Roc d'Enfer, -20% si venue en train, youcanski...

Les membres du comité de direction votent à l'unanimité la création d'une brochure à vocation plus commerciale et approuvent les documents présentés (esquisse page de couverture et intérieures)

Une remarque : sur la page de couverture, faire un zoom sur les deux produits (Roc d'Enfer et PDS pour l'hiver, Duo et quatre pour l'été) et non sur un seul.

Une question est posée concernant l'utilisation de ces brochures et leur pertinence. Leïla Bonnet confirme que cette question doit être posée pour l'année prochaine, sachant qu'au regard de l'outil internet, les brochures sont aujourd'hui peu utilisées pour la promotion, en dehors des salons. A cet égard, Leïla Bonnet propose qu'une réflexion soit menée très rapidement concernant la quantité de brochures 2011/2012 à imprimer et les campagnes de communication à mener pour cet hiver. Une réunion est prévue le 8 septembre avec Séverine Mudry, chargée de la commercialisation, Solène Ronco, chargé de la promotion et Yvan Tysseire chargé de l'outil internet pour proposer au comité de direction des actions cohérentes pour l'hiver et l'été prochain. Ces actions seront intégrées au budget et présentées à cette occasion.

4- Campagne de référencement

Leïla Bonnet informe le comité de direction que le contrat de référencement conclu avec Cybercités en

2010/2011 s'est terminé en juin dernier. Une rencontre a eu lieu avec le prestataire début juillet pour faire un bilan et envisager le renouvellement du contrat.

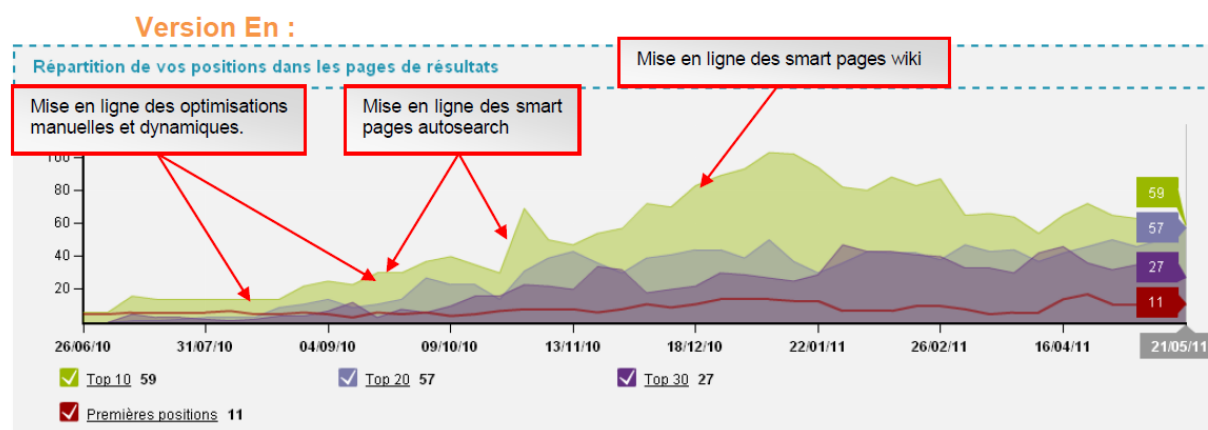
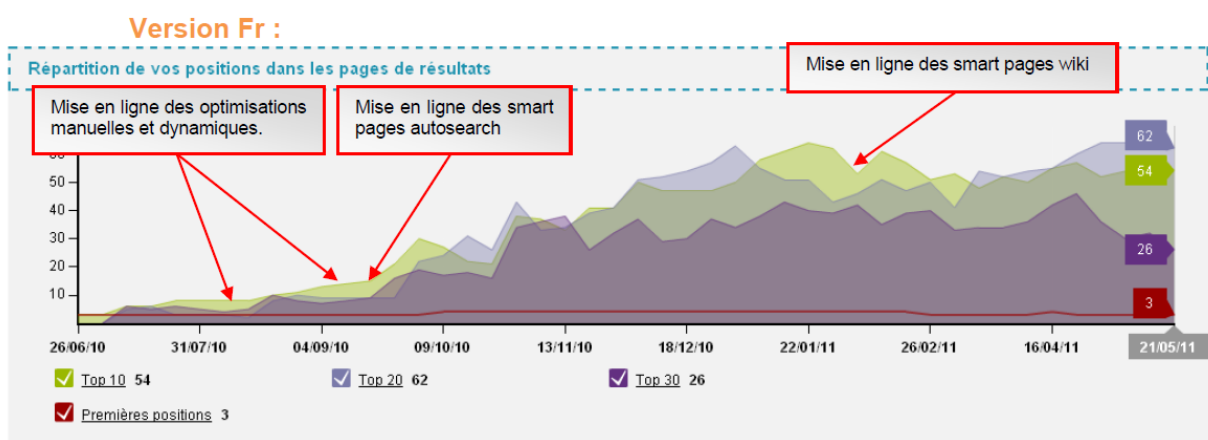
Actions :

Optimisation dynamiques et manuelles sur certaines pages du site (balises head, title, description, keywords)
Création de pages de contenu appelés « Smart Pages » au contenu textuel optimisé en terme de mots clés. Pages visibles uniquement dans les résultats des moteurs de recherche.
Création de scripts sur chaque page pour suivre le positionnement et les statistiques
Création d'un lien sur la page d'accueil vers une page plan
Soumission du site aux outils de recherche (moteurs et annuaires)

Information : Possibilité d'accéder à tout moment en interne à un rapport de positionnement et de statistiques

Bilan :

- **Courbe des positionnements :**



Le référencement naturel confère à la version française du site www.valleedaulps.com une visibilité croissante sur les moteurs de recherche francophones. A la date du 21 Mai 2011, le site enregistrait 142 apparitions dans le top30, dont 54 en première page.

Sur la version anglaise, la visibilité du site est plutôt fluctuante, mais ne tarderait pas à se stabiliser avec la prise d'antériorité des actions de référencement. Au 21 Mai 2011, le site enregistrait 59 apparitions en première page, dont 11 en première position.

Notons également une importante réserve de positionnements en TOP 20 et TOP 30 des résultats de recherche (88 positions sur la version française et 84 positionnements sur la version anglaise).

Notons enfin que les positions dans le moteur de recherche google sont en progression. Ce moteur est le principal générateur de trafic « moteur » sur le marché de la recherche Internet.

Suites...

Leïla Bonnet précise que les actions de référencement, pour être efficaces, doivent être renouvelées continuellement car les mots clés repérés fluctuent en permanence. Elle souhaite donc pouvoir continuer à travailler avec Cybercités pour des actions de référencement naturel, sachant que l'outil internet est aujourd'hui primordial dans la recherche de séjours chez les vacanciers.

Cybercités propose un contrat identique à l'année 2010/2011 auquel Leïla Bonnet a demandé que s'ajoutent gratuitement des **prestations de conseil** pour l'optimisation en interne des pages statiques.

Ainsi, le contrat 2011/2012 prévoit :

Le référencement francophone et anglophone du site avec optimisation en terme de mots clés, intégration dans Google maps, suivi des résultats et actions correctives permanentes, outils de rank flow (suivi de positionnement) et de track-flow (mesure d'audience), conseils pour optimisation du site en interne.

Contrat pour un montant total de **8 000€ HT** soit 9 568€TTC.

Les membres du comité de direction votent à l'unanimité le renouvellement du contrat de référencement avec Cybercités, à condition que la dépense puisse être intégrée dans le budget promotion 2011.

Nota : Après vérification, la dépense ayant été prévue dans le budget prévisionnel 2011 sur la ligne 'promotion', le contrat avec Cybercités a été signé et la dépense engagée.

5- Questions diverses

- Participation au salon Mahana avec Thonon :

Leïla Bonnet informe le comité de direction que l'office de tourisme de Thonon les Bains souhaite inviter le DDVA et l'OTVA à participer conjointement au prochain salon Mahana à Lyon du 2 au 4 mars prochains.

Le comité de direction indique que l'intérêt d'un travail avec Thonon est évident dans le cadre d'une promotion 'lac et montagne' et qu'il est intéressant de les rencontrer pour envisager un travail en commun. Pour le salon Mahana, dont le coût de participation s'élèverait à environ 2700€, il faudrait voir quels sont les produits que l'on pourrait y présenter, travailler en amont sur des outils d'analyse du retour sur investissement et sur la captation des prospects.

Leïla Bonnet propose de leur donner un Oui de principe et de les rencontrer afin de déterminer plus précisément les axes de travail en commun, pour le Salon et autres. Le coût du Salon serait à intégrer dans le budget Promotion 2012.

- Vente de casquettes de Saint Jean Animation :

Anthony Baud, président de Saint Jean Animation informe le comité de direction que l'association souhaiterait mettre en dépôt vente à l'office de Saint Jean des casquettes de l'association.

Leïla Bonnet informe que le système de dépôt vente n'est pas possible mais qu'une solution serait d'acheter un stock de casquettes et de les revendre. Mais elle informe également qu'il existe également des casquettes Vallée d'Aulps faites par la CCVA, qu'il semblerait plus cohérent de mettre en vente en priorité dans le cas où l'on choisirait de vendre des casquettes.

Le comité de direction ne souhaite pas développer l'activité de vente dans l'office de tourisme, celui « n'étant pas fait pour ça » et entraînant des complexités en terme de gestion financière (régies). Par ailleurs, le faire pour Saint Jean Animation pourrait entraîner une multiplication d'autres demandes. Leïla Bonnet propose qu'éventuellement des critères très précis soient définis (un seul produit par association, uniquement les associations pour lesquelles les animatrices de l'OT sont mises à disposition...).

Il est finalement décidé de remettre la décision définitive à plus tard, au vu d'un état des lieux des produits actuellement en vente et des ventes réalisées. Cet état des lieux devra être présenté au comité de direction à la prochaine réunion afin qu'une décision définitive puisse être prise.

Fin de la réunion à 20h30.

Le Biot, le 16 août 2011
Le Président, Georges LAGRANGE