

OFFICE DE TOURISME
Moulins
& sa région
en Pays Bourbon

Plan d'actions

2018



Planification des actions

Actions

		janv.-18	févr.-17	mars-18	avr.-18	mai-18	juin-18	juil.-17	août-18	sept.-17	oct.-18	nov.-18	déc.-18
Accueil	Accueil-Information touristique	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Nouveau logiciel GRC	● ●	● ●	● ●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Gestion de l'information touristique	● ●	●	●	●	●	●	●	●	● ●	● ●	● ●	● ●
Marketing	Guide touristique en 5 langues	● ●	● ●								● ●	● ●	
	Campagne de promotion mutualisée	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	●	●	● ●	●	●	●
	Moulins-tourisme.com	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Médias sociaux	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Newsletters pro	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Animation numérique du territoire	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Promotion du tourisme d'affaires	● ●	● ●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Développement	Marque Qualité tourisme	● ●	● ●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Réseau Villes sanctuaires	● ●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Actions Schéma de développement	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●	● ●
Commercialisation	Boutiques / Billetteries	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Séjours individuels	● ●	● ●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Séjours groupes	● ●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	Citypass Moulins	● ●	● ●	● ●							●	●	●

Actions à réaliser

- Accueillir et informer les touristes en séjour ou de passage en face à face et au téléphone
- Faire évoluer le conseil à partir de nouveaux outils numériques (nouveau logiciel de CRM) accessibles en mobilité
- Organiser les contenus sur les supports numériques (écrans connectés)
- Coordonner l'accueil et l'information sur tous les sites (siège et antenne) à travers un Schéma d'Accueil et Diffusion de l'Information (SADI)
- Organiser des visites de prestataires (eductour) pour le personnel de l'Office de tourisme

Calendrier : toute l'année (1er semestre pour le SADI)

Objectifs de cette action

- Conforter la qualité du conseil apporté aux touristes
- Acquérir une connaissance fine de l'ensemble du nouveau territoire
- Renforcer le nombre de contacts sur plusieurs sites
- Rationaliser l'accueil et l'information sur tout le territoire

Cibles visées

- ↳ Clientèles touristiques en séjour et de passage
- ↳ Prospects en préparation de séjour

Justification de cette action

Les besoins des touristes évoluent sans cesse.

L'évolution du territoire de compétence de l'Office de tourisme impose une réflexion sur l'organisation de l'accueil et de l'information sur le territoire.

L'information en mobilité peut être un complément intéressant aux bureaux d'accueil statiques.

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	1 500 €
Partenaires	
Total	1 500 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Angélique MÉNART Orane MOUTARDIER Arlette MICHELET Delphine SIMONIN
Partenaires	

Actions à réaliser

- Acquérir un nouveau logiciel de GRC
- Intégrer l'ensemble des bases de données existantes (grand public, groupes, presse, ...)
- Interfacer avec APIDAE pour sélection des offres à destination des prospects

Calendrier : toute l'année

Objectifs de cette action

- ⦿ Disposer d'un outil central pour toute la gestion de la relation client
- ⦿ Disposer d'informations qualifiantes sur nos clients / prospects
- ⦿ Utiliser ces données qualifiées pour les opérations de marketing

Cibles visées

- ↳ Prospects et clients,
- ↳ Individuels, groupes, presse

Justification de cette action

Tourinsoft était fourni gratuitement par le CDT Allier avant l'utilisation d'APIDAE
 APIDAE ne dispose pas de fonctionnalités de GRC

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	5 000 €
Partenaires	
Total	5 000 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE Orane MOUTARDIER Vanessa PURAVET
Partenaires	Fournisseur spécialisé

Actions à réaliser

- Compléter et qualifier les informations dans APIDAE (visuels, nouvelles fiches, ...)
- Mettre en place des outils de restitution des données aux touristes (interfaçage site internet, éditions papier)
- poursuivre le recrutement de contributeurs pour l'alimentation de la base de données en manifestations (principaux acteurs culturels de l'agglomération)
- Inciter nos partenaires institutionnels et privés (Mairies, Moulins Communauté) à intégrer ces informations sur leurs sites internet

Calendrier : toute l'année

Objectifs de cette action

- Être présent dans l'outil de référence en Auvergne-Rhône Alpes
- Augmenter la visibilité et la diffusion des prestations touristiques grâce à APIDAE
- Impliquer nos partenaires dans la saisie, mise à jour et visibilité des données
- Positionner l'Office au centre de la collecte et de la mise à jour des informations touristiques

Cibles visées

- 📍 Prestataires touristiques, organisateurs de manifestations ou d'animations
- 📍 Diffuseurs d'informations (CDT, CRT, Mairies, interco, applications tierces, Start-up, ...)

Justification de cette action

APIDAE regroupe l'information issue de plus de 600 territoires (principalement en AURA, PACA et IdF)

La diffusion des informations stockées dans APIDAE est très ouverte

La diffusion par des sites tiers des informations est très simple à partir de flux pré-conditionnés en fonction des besoins

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	1 100 €
Partenaires	
Total	1 100 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Pauline FORICHON Laurent LABORIE
Partenaires	APIDAE

Actions à réaliser

Ré-éditer en le complétant le guide touristique contenant l'ensemble des prestations touristiques (hors hébergements) à l'échelle du territoire de l'agglomération de Moulins.

Format : 10,5cm x 21 cm

Tirage : 27 000 exemplaires en français + versions spécifiques en Anglais (3 000 ex), Néerlandais (3 000 ex), Allemand (1 000 ex) et Italien (1 000 ex)

Diffusion :

Office de tourisme de Moulins et de l'Allier, Tous les hébergements touristiques du territoire, les grand sites culturels du territoire, Opérations de promotion
En téléchargement et feuilletable en ligne sur le site internet www.moulins-tourisme.com

Calendrier : février 2018

Objectifs de cette action

- **Accroître fortement la promotion des prestataires touristiques** de l'agglomération directement auprès des touristes en situation de consommer grâce à une diffusion très pénétrante notamment par le biais des hébergements touristiques
- **Renforcer la promotion de Moulins et sa région**, notamment à l'extérieur de la destination, à travers ses valeurs fortes par une bonne hiérarchisation des informations

Cibles visées

- † Clientèles touristiques individuelles, régionales, nationales et internationales en séjour ou de passage

Justification de cette action

Ce guide permet de disposer d'une information valorisante, **complète et uniforme** sur l'agglomération en un seul document et en plusieurs langues

Par sa diffusion sur les sites et dans les hébergements touristiques, il permet de toucher une très large clientèle, y compris celle de passage pour lui donner envie de reprogrammer la destination lors d'un futur voyage.

Il constitue un excellent prescripteur pour les partenaires présents dans ce guide de référence sur le territoire

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	8 800 €
Partenaires	4 200 €
Total	13 000 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Vanessa PURAVET
Partenaires	Prestataires touristiques, hébergements

Actions à réaliser

- Refonte du dossier de presse général (forme et fond)
- Adhésion au club presse des Offices de tourisme et participation au workshop presse le 28 février
- Collaboration avec une attachée de presse pour l’envoi de communiqué et le démarchage des journalistes
- Organisation des séjours et accueils des journalistes dans le territoire suite au démarchage de l’OT, du CDT ou du CRDTA
- Opérations de promotion à déterminer sur Clermont-Ferrand, Lyon

Calendrier : toute l’année

Objectifs de cette action

- Accroître la fréquentation de nos musées à partir de la clientèle régionale (Clermont-Fd, Lyon)
- Développer notre notoriété au niveau national
- Faire connaître nos richesses à grande échelle
- Accroître globalement la fréquentation de notre destination

Cibles visées

- 📍 Journalistes nationaux de la presse écrite, audio visuelle et web

Justification de cette action

Les articles ou émissions dans la presse nationale permettent de **travailler durablement l’image** de notre destination auprès d’une audience très large (xxxx millions de personnes touchées depuis 2014)

Les campagnes menées en 2014, 2015 et 2016 ont généré des résultats très encourageants (notamment en retombées presse)

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	16 000 €
Partenaires	9 000 €
Total	25 000 €
Conduite de l’action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE
Partenaires	Musées départementaux Cncs Service patrimoine Moulins Mairie de Souvigny Musée de la Visitation SNCF Intercités CDT 03 CRT AURA

Actions à réaliser

- Optimisation régulière du référencement gratuit (SEO)
- Mise en place, gestion et optimisation d'une campagne de référencement payant (SEM) avec Google Adwords
- Intégration de nouveaux contenus rédactionnels

Calendrier : toute l'année 2018

Objectifs de cette action

- Améliorer la mise en ligne des offres touristiques
- Développer la fréquentation du site avec plus de référencement général (gratuit) et de référencement ciblé (payant)
- Développer la visibilité de notre offre touristique
- Faciliter l'accès à l'information en mobilité

Cibles visées

- 👤 Grand public, prescripteurs groupes, journalistes, organisateurs de congrès, séminaires, événements

Justification de cette action

Apidae permet de rendre l'offre visible à l'échelle de la région Auvergne-Rhône-Alpes

Internet est la principale source d'information pour la préparation et la réservation de séjours ou d'excursions

La visibilité d'un site dépend de la qualité de son référencement et la concurrence est de plus en plus forte

Le référencement payant permet de capter de nouveaux internautes par des ciblage thématiques ou régionaux

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	3 000 €
Partenaires	1 000 €
Total	4 000 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Pauline FORICHON
Partenaires	Apidae CDT 03

Actions à réaliser

- réflexion sur l'animation et l'alimentation des pages Moulins par Cœur sur Facebook, Twitter et Instagram
- Campagne de promotion Facebook, Twitter, Instagram, Google+ en partenariat avec Offices de tourisme de France (J'aime la France)
- Réalisation de nouvelles vidéos pour alimenter les réseaux sociaux (dont Youtube)

Calendrier : printemps pour la campagne OTF et toute l'année 2018 pour les autres actions

Objectifs de cette action

- Promouvoir la destination à travers nos abonnés Facebook, Twitter ou Instagram
- Développer le nombre d'abonnés actifs sur nos principaux réseaux
- Développer le taux d'engagement de nos abonnés sur tous les réseaux
- Favoriser une meilleure viralité des messages publiés sur nos différents médias sociaux

Cibles visées

- Grand public à travers nos abonnés

Justification de cette action

Les réseaux sociaux permettent d'avoir un rapport quotidien avec des cibles affinitaires

La qualité des posts diffusés impacte le taux d'engagement de nos abonnés qui les partagent et commentent, assurant ainsi leur viralité

La course au nombre d'abonnés n'est pas forcément recherchée car des abonnés qui n'interagissent pas ne sont pas utiles. La démarche doit être qualitative.

Une présence efficace sur les médias sociaux permet d'améliorer la fréquentation du site internet

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	4 720 €
Partenaires	
Total	4 720 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Pauline FORICHON Angélique MÉNART Laurent LABORIE
Partenaires	OTF

Actions à réaliser

- complémentaire à l'action d'acquisition du logiciel de GRC -> voir accueil
- Mise en place d'actions de collecte d'adresse mails de clients, prospects, individuels et groupes
- Production de contenu grand public et corporate sur le site internet
- Mise en place d'un groupe Facebook pour les professionnels du tourisme de l'agglomération
- Diffusion trimestrielle d'une newsletter « corporate » à destination des socioprofessionnels et des élus du territoire

Calendrier : toute l'année 2018

Objectifs de cette action

- Promouvoir la destination auprès de contacts qualifiés de clients - prospects pour les inciter à visiter ou revisiter le territoire
- Diffuser une information précise sur l'actualité du tourisme dans l'agglomération et sur les activités de l'Office de tourisme auprès de tous les partenaires de l'Office de tourisme
- Créer un système de circulation de l'information entre les partenaires touristiques de l'agglomération (Facebook pro)

Cibles visées

- † Grand public à travers nos abonnés
- † Elus et socio-professionnels du territoire et partenaires de l'Office de tourisme

Justification de cette action

Les newsletters permettent de diffuser une information ciblée à nos prospects ou à nos partenaires

Le renvoi des informations contenues dans les newsletters vers l'article complet permet de développer la fréquentation du site internet.

L'office de tourisme a besoin de communiquer sur ses actions, ses résultats auprès de ses partenaires toujours plus nombreux et des élus de l'ensemble du territoire qui ne participent pas tous aux instances liées au tourisme.

Les partenaires de l'Office de tourisme ont besoin de pouvoir diffuser entre eux leurs informations

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	100 €
Partenaires	
Total	100 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE Pauline FORICHON Vanessa PURAVET
Partenaires	

Actions à réaliser

- Mise en place d'actions de formation / sensibilisation des prestataires touristique à l'usage des technologies numériques
- Accompagner les prestataires touristiques dans la mise en place ou le développement de leurs outils
- Promouvoir les outils numériques de l'Office de tourisme et leurs apports potentiels pour les socioprofessionnels

Calendrier : toute l'année 2018

Objectifs de cette action

- Développer l'usage des technologies numériques par les prestataires touristiques du territoire
- Augmenter la visibilité du territoire à travers une meilleure présence sur Internet de ses acteurs
- Créer des réseaux pour améliorer la diffusion de l'information

Cibles visées

- † Socio-professionnels du territoire

Justification de cette action

Encore beaucoup de prestataires n'utilisent pas les technologies numériques pour leur promotion ou leur commercialisation

Certains sont demandeurs d'accompagnement pour la mise en place ou le développement de leurs outils

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	100 €
Partenaires	
Total	100 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Pauline FORICHON Laurent LABORIE
Partenaires	

Actions à réaliser

- Alimenter le **mini-site congrès-séminaires** sur le site internet moulins-tourisme.com
- Réflexion sur le devenir d'**Auvergne Congrès** (regroupement de 5 villes d'Auvergne) et à **Congrès Cités**, réseau national de « petites » villes de congrès
- Diffusion du document de promotion des structures d'accueil de séminaires et de congrès sur l'agglomération
- Démarchage de prospects issus des actions Congrès Cités pour des manifestations 2019 et au delà
- Participation aux actions Congrès Cités (fête des assistantes, salon Réunir, Workshop Rencontres Clients des adhérents Congrès Cités)
- Accompagnement de porteurs de projets d'événements / Congrès sur l'agglomération (ANSCAM par exemple)

Calendrier : toute l'année 2018

Objectifs de cette action

- Promouvoir plus fortement les structures adaptées au tourisme d'affaires
- Communiquer sur la capacité de l'Office à accompagner les organisateurs en amont de leur manifestation
- Développer le nombre de manifestations pour augmenter la fréquentation de ce segment de clientèle.

Cibles visées

📍 Socio-professionnels du territoire

Justification de cette action

Les structures adaptées au tourisme d'affaires nécessitent d'être plus visibles dans le cadre d'actions coordonnées

L'office de tourisme doit renforcer son positionnement comme partenaire potentiel pour faciliter l'organisation de séminaires, congrès, manifestations d'envergure

Auvergne Congrès dispose du site internet le mieux référencé sur ce secteur en Auvergne

Congrès Cités permet de « faire tourner et de partager» certains congrès au sein du réseau

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	600 €
Partenaires	
Total	600 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE Vanessa PURAVET
Partenaires	Salles, traiteurs, hébergements ... Congrès-Cités Auvergne Congrès

Actions à réaliser

- Analyser régulièrement l'adéquation entre les pratiques et les procédures
- Apporter les correctifs sur les écarts constatés (fonctionnement, matériel, ...)
- Application des procédures à l'antenne de Lurcy-Lévis
- satisfaire à l'audit de labellisation

Objectifs de cette action

- Etre de nouveau labellisé Marque Qualité Tourisme
- Apporter un niveau de service élevé à nos visiteurs et à nos partenaires
- Confirmer le professionnalisme de l'Office de Tourisme auprès de ses partenaires (collectivités et socio-professionnels)

Cibles visées

- ↳ Clientèles touristiques en séjour
- ↳ Partenaires de l'OT
- ↳ Population locale
- ↳ Personnel de l'OT

Justification de cette action

La qualité est un travail de chaque jour

L'office doit être ré-audité en 2018

Le classement obtenu début 2011 est lié au maintien de la labélisation Qualité Tourisme

Budget (Hors MS)	
Office de tourisme	0 €
Partenaires	
Total	0 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Orane MOUTARDIER Laurent LABORIE
Partenaires	

Actions à réaliser

- Valorisation du pèlerinage et des actions autour de Mayeul et Odilon menées à Souvigny
- Accueillir délégation du réseau des villes sanctuaires pour validation de la candidature
- Adhésion au réseau des villes sanctuaires
- Intégrer le cluster « Tourisme et spiritualité » d'Atout France

Calendrier : 1er semestre 2018

Objectifs de cette action

- Finaliser la collaboration avec le diocèse de Moulins
- Favoriser la fréquentation du pèlerinage en mai 2018
- Finaliser l'intégration dans l'association des Villes Sanctuaires

Cibles visées

- 📍 Membres de l'association des Villes Sanctuaires (Offices de tourisme et recteurs des sanctuaires)
- 📍 Directeurs de pèlerinages

Justification de cette action

La clientèle de pèlerinage constitue un potentiel de développement important pour notre destination

Le pèlerinage autour de Mayeul et Odilon fut un des plus importants pèlerinages dans l'Europe du Moyen Age

Le tourisme religieux répond à des codes très spécifiques et nécessite l'intégration de réseaux très spécialisés

Le nombre de sites de visites pouvant intéresser cette clientèle sont nombreux dans l'agglomération (Souvigny, la Visitation, le Triptyque du Maître de Moulins, ...)

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	1250 €
Partenaires	
Total	1250 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE
Partenaires	Diocèse de Moulins

Actions à réaliser**En attente validation du plan d'actions****Calendrier** : 1er semestre 2018**Objectifs de cette action****Cibles visées****Justification de cette action**

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	
Partenaires	
Total	
Conduite de l'action	
Office de tourisme	
Partenaires	

Actions à réaliser

- Développer la gamme de nouveaux produits dans la boutique (textiles, livres, souvenirs,...)
- Alimenter et gérer la boutique en ligne (mise en ligne, envois, ...)
- Assurer la vente de billetteries récurrentes (théâtre) et occasionnelles
- Intégrer le point de vente de Lurcy-Lévis

Calendrier : année 2018

Objectifs de cette action

- Développer les ventes de produits en boutique
- Développer notre marge globale
- Développer le volume d'affaires pour nos fournisseurs souvent locaux
- Développer les billetteries occasionnelles

Cibles visées

- ‡ Grand public individuels
- ‡ Population locale

Justification de cette action

La boutique et les billetteries constituent un revenu non négligeable pour l'Office
 Open system donne l'opportunité de mettre facilement en ligne une boutique de produits
 Le renouvellement de produits est important pour conserver une certaine attractivité
 Le public est habitué à venir à l'Office pour les billetteries

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	700 €
Partenaires	
Total	700 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Arlette MICHELET Delphine SIMONIN Orane MOUTARDIER Angélique MÉNART
Partenaires	Fournisseurs

Actions à réaliser

Pour les groupes

- Mise à jour de l'espace dédié aux groupes sur le site internet
- Ré-édition de la brochure groupes
- E-mailing réguliers auprès de différentes cibles groupes (voitures anciennes, cousinades, sociétés d'amis de musées, ..)
- Opération spécifique à Paris (workshop à Bercy par exemple)

Calendrier : année 2018

Objectifs de cette action

- Afficher « en vitrine » sur internet plus d'exemples de séjours
- Développer les ventes de prestations auprès des individuels
- Créer de nouvelles propositions de journées pour les groupes
- Réorienter l'approche « groupes » en permanence
- Développer le volume d'affaires pour les prestataires touristiques

Cibles visées

- 📍 Grand Grand public individuels et groupes

Justification de cette action

Le marché des groupes « traditionnels » est assez irrégulier au niveau de la destination

Les médias Internet sont devenus incontournables dans la réservation de séjours

Les sites départementaux et régionaux touchent une audience plus large

Le site internet permet une meilleure segmentation marketing (tribus notamment)

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	1 000 €
Partenaires	
Total	1 000 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Vanessa PURAVET Delphine SIMONIN
Partenaires	Prestataires groupes

Actions à réaliser

Pour les individuels

- Elargir la gamme de forfaits packagés et leur visibilité sur le site internet
- Partenariats avec les sites de visites pour diffusion auprès de leurs clientèles (Cncs)
- Intégration des forfaits sur VOYAGES-SNCF.COM
- Envoi régulier de newsletters de promotion grand public

Calendrier : année 2018

Objectifs de cette action

- Afficher « en vitrine » sur internet plus d'exemples de séjours
- Développer les ventes de prestations auprès des individuels
- Développer le volume d'affaires pour les prestataires touristiques

Cibles visées

- 📍 Grand Grand public individuels et groupes

Justification de cette action

Le marché de la vente de forfaits individuels nécessite beaucoup de visibilité

Les médias Internet sont devenus incontournables dans la réservation de séjours

Un site comme voyages-sncf.com est le premier site internet en France en matière de tourisme

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	3 000 €
Partenaires	
Total	3 000 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Prestataires touristiques

Actions à réaliser

- Finaliser la dématérialisation du passeport permettant, après achat, de visiter autant de sites que le possesseur souhaite en 24, 48 ou 72 h
- Confirmer les partenariats avec les sites culturels
- Rechercher des partenariats complémentaires (transport, parking, loisirs, ...)
- Editer un support de promotion simple et largement diffusé
- Campagne d'affichage avec Aléo pendant l'été

Calendrier : année 2017

Objectifs de cette action

- Faciliter l'enregistrement des passages et la vente des Citypass
- Promouvoir plus fortement le CITYPASS MOULINS notamment en amont des séjours
- Maintenir voire développer le nombre moyen de visites par touriste
- Rendre plus visible le réseau des sites culturels de l'agglomération
- Augmenter le visitorat des sites

Cibles visées

- 📍 Grand public de touristes individuels

Justification de cette action

Le réseau des sites culturels sur l'agglomération est attractif et dense

Il faut que tous les sites tirent profit des locomotives que sont le CNCS et la Maison Mantin

Un passeport incite à visiter plus de sites dans un budget maîtrisé

Un passeport dématérialisé permet aux hébergements de « vendre » plus facilement le Citypass

Budget (hors MS)	
Office de tourisme	12 000 €
Partenaires	
Total	12 000 €
Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE
Partenaires	Sites présents dans le Citypass Prestataire informatique

OFFICE DE TOURISME
Moulins
& sa région
en Pays Bourbon

11 rue François Péron
BP 641 - 03006 MOULINS Cedex
Tél. +33(0)4 70 44 14 14

Antenne de Lucy-Lévis
72, bd Gambetta
03320 LURCY-LEVIS
Tel. +33 (0)4 70 67 96 24

bienvenue@pays-bourbon.com
www.moulins-tourisme.com



L'établissement est engagé dans une démarche qualité reconnue par l'État et a obtenu la marque nationale **QUALITÉ TOURISME**™ pour une ou plusieurs de ses activités.



La Région
Auvergne-Rhône-Alpes

