

OFFICE DE TOURISME

Moulins
& sa région

Capitale des Bourbons

Plan d'actions

2021



Actions à réaliser

- Accueillir et informer les touristes en séjour ou de passage en face à face , au téléphone, par mail ou par courrier
- Faire évoluer l'information à Lurcy-Lévis en partenariat avec Moulins Communauté, la médiathèque communautaire et Street Art City.
- Faire évoluer le conseil à partir des outils numériques (Koezio) accessibles sur outils mobiles
- Coordonner l'accueil et l'information dans le territoire 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

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 utiles sur plusieurs sites
- ⊙ Rationaliser l'accueil et l'information sur tout le territoire

Cibles visées

- 📍 Clientèles touristiques en séjour et de passage

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.

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Manon CONSTANT Angélique MÉNART Arlette MICHELET Delphine SIMONIN
Partenaires	

Actions à réaliser

- Adhésion au réseau APIDAE
- Programmer et organiser la collecte 2022 de l'ensemble des informations
- Saisir les informations nouvelles et mettre à jour toute l'année à partir d'une veille efficace
- Recruter et former des contributeurs pour l'alimentation de la base de données en manifestations (principaux acteurs culturels de l'agglomération notamment)
- Inciter nos partenaires institutionnels (Mairies, Moulins Communauté, musées) et privés à intégrer ces informations sur leurs sites internet via les widgets (voir action animation numérique)

Objectifs de cette action

- ◉ Gagner et faire gagner du temps en limitant la ressaisie des informations touristiques
- ◉ Augmenter la visibilité et la diffusion des prestations touristiques grâce à APIDAE
- ◉ Impliquer nos partenaires dans la saisie, mise à jour des données -> contributeurs
- ◉ 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

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Pauline Forichon Laurent LABORIE Conseiller(e)s en séjour
Partenaires	APIDAE CDT 03

Justification de cette action

- # APIDAE regroupe l'information issue de plus de 600 territoires (principalement en AURA, PACA et IdF)
- # Une seule saisie par l'OT ou un de ses partenaires permet une diffusion très large de l'information
- # La diffusion par des sites tiers des informations est très simple à partir de flux pré conditionnés en fonction des besoins (widget)

Actions à réaliser

Agenda des manifestations (hebdomadaire + quotidien en été)

- S'assurer de la bonne collecte / saisie des informations dans APIDAE
- Préparer le document
- Diffuser le calendrier par mail à tous les abonnés chaque mardi (chaque jour en été).

Agenda vidéo (hebdomadaire)

- Sélectionner les manifestations (4 à 5)
- Rédiger
- Organiser et réaliser le tournage
- Diffuser sur les réseaux sociaux , en newsletter et sur le site internet

Calendrier de réalisation : toute l'année

Objectifs de cette action

- Valoriser chaque semaine (chaque jour en été) les manifestations organisées dans l'agglomération
- « Pousser » cette information vers les partenaires (notamment hébergeurs) pour relais auprès de leurs clients
- Toucher un plus large public grâce aux réseaux sociaux (agenda vidéo)
- Susciter l'envie chez nos partenaires d'être mis en avant dans l'agenda vidéo
- Positionner l'Office au centre de la collecte et de la diffusion de manifestations avec les renvois vers l'agenda en ligne sur Mou-

Cibles visées

- 📍 Habitants de l'agglomération et touristes en séjour

Justification de cette action

- # Il existe peu d'agenda des manifestations exhaustifs dans l'agglomération
- # La diffusion par mail auprès d'abonnés et de prescripteurs démultiplie la visibilité
- # La vidéo permet un aperçu rapide et une diffusion virale auprès d'une audience plus large

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Arlette Michelet Angélique Ménart Pauline Forichon
Partenaires	Apidae Solicity

Actions à réaliser

- Mettre en forme les contenus pour les 4 écrans installés (3 à Moulins et 1 à Lury-Lévis)
- Renouveler chaque semaine les contenus datés (manifestations) et créer des contenus originaux (vidéos de promotion)
- Collecter les vidéos de nos partenaires pour diffusion
- Essayer de développer le réseau d'écrans dans le cadre du SADI

Calendrier de réalisation : toute l'année

Objectifs de cette action

- Valoriser l'offre touristique et les manifestations auprès d'un public plus large
- Donner accès à l'information en dehors de l'ouverture des points d'accueil
- Animer les points d'accueil
- Disposer d'un réseau plus large de diffuseurs pour « pousser » l'information vers les consommateurs

Cibles visées

- 📍 Habitants de l'agglomération et touristes en séjour

Justification de cette action

- # Les écrans connectés permettent de « pousser » l'information vers les cibles
- # Les messages et les contenus peuvent être différents en fonction de la localisation des d'écrans
- # Le numérique permet de valoriser plusieurs types de contenus (photo, vidéo, animation, flux internet, ...)

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Manon Constant
Partenaires	Média4display

Actions à réaliser

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

Format : 15 cm x 21 cm

Ouverture à la publicité pour tous les prestataires. Classement des restaurants en fonction des partenariats.

Tirage : 27 000 exemplaires en français,

Diffusion : Offices de tourisme de Moulins et de l'Allier, hébergements touristiques du territoire, grands sites culturels du territoire, Opérations de promotion

Anglais : sur stock existant

Néerlandais : sur stock existant

En téléchargement et feuilletable en ligne sur site internet de l'OT


Allemand : sur stock existant

Italien : sur stock existant

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 de l'agglomération
- 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 dans les hébergements touristiques

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

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Hébergements touristiques et grands sites pour la diffusion

Actions à réaliser

Ré-éditer le plan détachable de Moulins .

Créer un plan détachable de Souvigny

Format : 42 cm x 30 cm

Tirage : 20 000 exemplaires (Moulins) - 10 000 exemplaires (Souvigny)

Diffusion : Office de tourisme de Moulins, Hébergements, Musée de Souvigny, commerçants de Souvigny

Objectifs de cette action

- Disposer d'un outil d'accueil simple, efficace, peu onéreux et propice au conseil
- Proposer cet outil simple à nos adhérents pour leur faciliter le conseil (hébergements notamment)

Cibles visées

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

Justification de cette action

- # Les plans détachables permettent d'orienter facilement les visiteurs dans la commune
- # Donner un plan qu'il est possible d'annoter est un geste d'accueil fort
- # Le développement de Souvigny nécessite de développer un outil d'accueil spécifique

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Hébergements, lieux d'accueil, commerçants, ...

Actions à réaliser

- rédaction d'un cahier des charges précis
- Choix du photographe professionnel
- organisation du reportage: figurants, planning
- gestion de la photothèque

Objectifs de cette action

- Développer une image dynamique de la destination.
- Acquérir des visuels de qualité pour faire la promotion de la destination en couvrant plusieurs thématiques fortes.
- Rajeunir les cibles de clientèles: famille, quadra...
- Disposer d'une photothèque partagée avec nos prestataires pour une communication plus forte

Cibles visées

- 📍 Clientèles internationales, nationales et locales

Justification de cette action

- # Photothèque vieillissante avec des photos exploitées depuis de nombreuses années sans renouvellement.
- # Absence de photos d'ambiance, d'activités de loisirs, avec des figurants.
- # L'évolution des réseaux sociaux oblige à avoir des photos artistiques et de qualité pour séduire les internautes.
- # Une communication harmonisée avec nos partenaires sera plus efficace

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Prestataires touristiques Moulins Communauté

Actions à réaliser

- Reportage photos par partenaire (Printemps)
- Campagne Display sur Facebook
- Campagne radio avec des partenariats marchands

Calendrier : Avril à octobre 2021

Objectifs de cette action

- Développer la notoriété de la destination « Moulins et sa région » plus largement, au niveau national et régional (bassin Lyonnais)
- Promouvoir les richesses de notre destination auprès de nouveaux bassins de clientèle

Cibles visées

- 🚩 Clientèles touristiques individuelles nationales, intra-régionales et locales
- 🚩 Clientèles touristiques individuelles régionales historiques (Clermont-Fd) et nouvelles (Lyon)

Justification de cette action

- # En amont de la réouverture des sites, restaurants, nous avons besoin de communiquer très rapidement auprès de nos cibles habituelles locales et nationales sur les actualités 2021.
- # il est nécessaire de construire un plan de communication qui peut être modifié à tout moment en fonction de l'évolution de la pandémie. Il faut anticiper et pouvoir être très réactifs.
- # Les réseaux sociaux, notamment Facebook, permettent un ciblage très précis des actions publicitaires et une programmation de « dernière minute »

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Moulins Communauté Sites majeurs de l'agglomération

Actions à réaliser

- Edition du Dossier de presse 2021 (simplifié) et mise à jour en cours d'année
- Adhésion au club presse des Offices de tourisme et participation au workshop annuel
- Adhésion à l'association des journalistes du tourisme (AJT) et au club de la presse Auvergne
- Mise en ligne des dossiers de presse (OT et partenaires) sur presse.moulins-tourisme.com
- Ajouts d'informations atemporelles sur de nouvelles pages du site internet
- Accueils de presse en direct ou en partenariat avec le CDT03 et le CRT Aura

Objectifs de cette action

- Faire parler de la destination Moulins et sa région de manière positive dans la presse pour développer sa notoriété ou celle de ses thématiques fortes
- Capitaliser sur les nouvelles tendances pour un tourisme franco-français

Cibles visées

- 🚩 Presse grand public régionale, nationale et européenne
- 🚩 Presse nationale spécialisée « vélo loisirs »

Justification de cette action

- # Les relations presse constituent la forme de promotion présentant le meilleur retour sur investissement
- # Elles viennent en soutien des autres actions de promotion, notamment sur la presse des régions ou pays où sont organisés salons et opérations de promotion par le CRT AURA
- # L'adhésion à des clubs presse permet d'être intégré et visible dans ces réseaux
- # Le club presse des Offices de tourisme permet un accès à un panel plus large de journalistes que l'AJT seule

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Sites culturels, restaurants, hébergements, CRT AURA, CDT03 Moulins Communauté

Actions à réaliser

- Poursuite des actions de référencement naturel pour capitaliser sur la forte fréquentation du site en 2020
- Intégration des nouveaux visuels pour faire la promotion de la destination
- Travail sur la présentation des offres en lien avec les filières marketing identifiées (vélo, culture, familles, ...)
- Création de contenus à partir d'APIDAE, d'articles sur le blog et de nouvelles pages contextuelles en rapport avec les campagnes display
- Promouvoir le site et notamment son agenda auprès des touristes in situ et de la population locale
- Alimenter les mini sites satellites : congrès, presse, pro

Objectifs de cette action

- Proposer une information la plus complète possible aux internautes
- Promouvoir le territoire auprès d'un plus large public

Cibles visées

- 📍 Clientèles touristiques individuelles (avant et pendant le séjour), groupes, journalistes, organisateurs de congrès, professionnels
- 📍 Populations locales

Justification de cette action

- # Internet est un élément d'information incontournable avant, pendant et après leur voyage (plus 98% des français qui partent en vacances utilisent internet pour préparer ou réserver leur séjour)
- # Le site internet constitue aujourd'hui le socle de l'accueil et de la communication touristique.
- # Les sites internet doivent proposer plus d'interactivité aux internautes et toujours renouveler régulièrement leurs contenus et les fiabiliser
- # Le site internet doit être accessible, donc adapté à toutes les plateformes (PC, tablette, téléphone) et s'adapter en

Conduite de l'action

Office de tourisme	Pauline FORICHON Laurent LABORIE Vanessa PURAVET Orane MOUTARDIER
Partenaires	Contributeurs APIDAE

Actions à réaliser

- Rendre plus régulière la newsletter « corporate » destinée à nos partenaires et élus
- Poursuivre une newsletter « grand public » mensuelle pour promouvoir l'actualité touristique de la destination
- Mettre en place la nouvelle stratégie de publication sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, ...) : calendrier, contenus, ton, graphisme
- Effectuer une veille constante sur les avis générés par les informations diffusées sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Google, ...)

Objectifs de cette action

- Proposer une information toujours complète et plus évolutive aux internautes
- Promouvoir les animations du territoire auprès d'un public local et régional
- Augmenter le trafic sur le site par de bons relais sur les réseaux sociaux

Cibles visées

- 🚩 Clientèles touristiques
- 🚩 Populations locales, régionales (réseaux sociaux)
- 🚩 Prestataires touristiques

Justification de cette action

- # Un site internet seul ne suffit plus – Il est un lieu de « stockage » des informations mais nécessite des relais nombreux dont les newsletters et les réseaux sociaux
- # Les blogs et réseaux sociaux sont de plus en plus utilisés en France pour informer, attirer et fidéliser des clients/touristes
- # Les envois d'informations aux prestataires et acteurs touristiques permettent une diffusion efficace tout au long de l'année

Conduite de l'action

Office de tourisme	Pauline FORICHON Angelique MÉNART Vanessa PURAVET Orane MOUTARDIER
Partenaires	

Actions à réaliser

- Réaliser une étude de positionnement marketing du produit vélo sous ses différentes formes.
- Mettre en place une communication spécifique pour promouvoir les schéma d'itinéraires cyclables (cyclotouriste, balades, VTT, Gravel Bike :
 - > Achat d'espaces publicitaires dans les revues spécialisées autour du vélo « loisirs »
 - > Campagne de communication nationale sur Facebook
 - > Campagne régionale et nationale de relations presse sur cette nouvelle offre
- Promouvoir cette offre auprès de tous les hébergements touristiques de l'agglomération pour intégration dans leurs offres
- Participation en collaboration avec le CDT à Roc d'Azur du 6 au 10 octobre 2021

Objectifs de cette action

- ◉ Faire découvrir cette nouvelle offre auprès de cibles plus larges
- ◉ Promouvoir cette nouvelle thématique auprès du réseau de prescripteurs (médias, département, région, ...)

Cibles visées

- 🚩 Clientèles touristiques pratiquant le vélo « loisirs » en vacances (dont familles)
- 🚩 Populations locales
- 🚩 Prestataires touristiques

Justification de cette action

- # Les différents réseaux d'itinéraires « vélo » seront tous opérationnels au mois de juin 2021
- # Cette nouvelle offre nécessite d'être connue localement pour générer les premiers pratiquants
- # Une communication nationale ciblée permet de toucher notre cœur de cible pour générer de nouveaux touristes consomma-

Conduite de l'action

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE Vanessa PURAVET Orane MOUTARDIER
Partenaires	Moulins Communauté CDT 03 CRDT AURA

Actions à réaliser

- Recruter de nouveaux ambassadeurs
- Enrichir le contenu des partenariats autour du programme
- Organiser plusieurs rendez-vous dans l'année pour diffuser les éléments de communication
- Diffuser aux ambassadeurs des newsletters spécifiques relatives aux nouveautés
- Effectuer une veille sur les réseaux sociaux pour évaluer la portée des messages des ambassadeurs

Objectifs de cette action

- ◉ Reprendre la dynamique engagée en 2019 mais ralentie par la crise sanitaire
- ◉ Disposer de nombreux relais de communication au sein de la population locale
- ◉ Faire prescrire la destination par ses ressortissants auprès d'un public plus large

Cibles visées

- 📍 Population locale volontaire pour diffuser les messages
- 📍 Diaspora bourbonnaise

Justification de cette action

- # « Seul on avance vite, à plusieurs on avance plus loin »
- # Nos meilleurs ambassadeurs sont dans le territoire mais beaucoup restent à convaincre
- # Un réseau fort d'ambassadeurs permet de démultiplier la portée de la promotion, notamment grâce aux réseaux sociaux.
- # Les ambassadeurs permettent un retour rapide d'opinion sur les nouveautés

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Moulins Communauté Sites culturels Prestataires touristiques

Actions à réaliser

- Valorisation du pèlerinage et des actions autour de Mayeul et Odilon menées à Souvigny
- Participation au workshop mondial de Fatima en juin 2021
- Participation aux actions du réseau des Villes Sanctuaires
- Création de séjours spécifiques pour pèlerins avec Souvigny et les sanctuaires voisins (groupes et individuels)
- Création de contenus sur le site villes-sanctuaire.com

Objectifs de cette action

- Développer la notoriété du Sanctuaire de la Paix de Souvigny en s'appuyant sur la notoriété des sanctuaires voisins (Nevers et Paray-le-Monial notamment)
- Développer la fréquentation de groupes de pèlerins à Souvigny et à Moulins

Cibles visées

- 🚩 Prescripteurs groupes spécialisés dans les pèlerinages, en France et à l'étranger (Agences, TO, Directeurs diocésains de pèlerinage)
- 🚩 Clientèles individuelles en quête de ressourcement ou intéressées par le tourisme spirituel

Justification de cette action

- # La clientèle de pèlerinage constitue un potentiel de développement important pour notre destination
- # Le tourisme religieux répond à des codes très spécifiques et nécessite l'intégration dans des réseaux très spécialisés
- # Les sites de visites pouvant intéresser cette clientèle sont nombreux dans l'agglomération (Souvigny, la Visitation, le Triptyque du Maître de Moulins, ...)
- # Le réseau des Villes Sanctuaires permet d'accéder à une culture commune et aux réseaux de communication et de commerciali-

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Laurent LABORIE
Partenaires	Diocèse IUT Lycée Jean Monnet Mairie de Souvigny

Actions à réaliser

- Diffusion du document de promotion des structures d'accueil de séminaires et de congrès sur l'agglomération (entreprises et associations)
- Valoriser l'offre sur le mini-site congres.moulins-tourisme.com
- Adhésion à Congrès Cités, réseau national de 21 « petites » villes de congrès
- Démarchage de prospects à partir des fichiers Congrès Cités
- Participation aux actions Congrès Cités
- Accompagnement de porteurs de projets d'événements / Congrès sur l'agglomération
- Commercialisation de séminaires sur l'agglomération

Calendrier : toute l'année 2021

Objectifs de cette action

- ◉ Impulser une nouvelle dynamique autour du MICE (Meeting, Incentive, Congress, Exhibition) dans l'agglomération moulinoise
- ◉ Valoriser l'ensemble des partenaires (hôtels, lieux de séminaires, de congrès, de grandes manifestations, traiteurs, prestataires d'activités incentive, ...) auprès de prospects
- ◉ Coproduire un plan d'actions entre l'Office de tourisme et les partenaires motivés
- ◉ Promouvoir l'ensemble des partenaires auprès de cibles locales, régionales et nationales

Cibles visées

- 🚩 Prescripteurs locaux et régionaux (entreprises, associations, collectivités, ...)
- 🚩 Agences événementielles et donneurs d'ordre nationaux

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE Vanessa PURAVET Delphine SIMONIN
Partenaires	Loueurs d'espaces Prestataires d'activités Hébergements,

Justification de cette action

- # Les structures de l'agglomération 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

Actions à réaliser

- Recenser tous les itinéraires existants et les cartographier
- Confronter avec les connaissances « terrain » de chaque commune de l'agglomération
- Créer des circuits à partir de plusieurs départs dans l'agglomération, de différentes longueurs, difficulté, voire de pratique (VTT vs Gravel bike)
- Recruter des testeurs, recueillir et analyser tous leurs retours
- Finaliser le choix définitif des circuits
- Intégrer tout le contenu sur Apidae, Loopi, et sur les principales plateformes utilisées par les VTTistes
- Lancer le dispositif auprès du grand public

Objectifs de cette action

- ◉ Créer et/ou rendre visibles des circuits VTT de qualité (70% de terre minimum).
- ◉ Faire émerger une nouvelle offre pour une pratique qui se développe : le Gravel Bike
- ◉ Capturer de nouvelles clientèles de VTTistes à proximité ou en séjour, voire
- ◉ Compléter le dispositif pour l'objectif de labellisation « Territoire vélo » par la Fédération Française à vélo
- ◉ Développer la fréquentation touristique autour du vélo dans l'agglomération

Cibles visées

- 📍 Nouvelles clientèles individuelles locales, nationales et internationales (« familles » et « adeptes des loisirs de pleine nature »).
- 📍 Clientèles de spécialistes (Cyclotourisme et VTT) de passage sur la Via Allier et la GTMC

Conduite de l'action

Office de tourisme	Orane MOUTARDIE Laurent LABORIE
Partenaires	Moulins Communauté CD03 CDT 03 Habitants Testeurs

Justification de cette action

- # Il est nécessaire de développer des produits touristiques plus orientés « famille » pour renouveler la demande
- # Les déplacements utilisant les modes respectueux de l'environnement sont de plus en plus prisés
- # La pratique du vélo loisirs se développe et est facilitée par l'arrivée des Vélos à Assistance Electrique
- # La découverte touristique à vélo permet d'irriguer en profondeur le territoire

Actions à réaliser

- Réaliser le diagnostic de l'existant (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)
- Organiser des ateliers pour travailler sur l'adaptation de l'accueil et de la diffusion d'information dans les prochaines années.
- Définir le cadre budgétaire dans lequel s'inscrivent les actions
- Valider le choix des actions et leur calendrier de réalisation
- Mettre en place les outils nécessaires et les modalités d'évaluation de ces outils

Objectifs de cette action

- ◉ Adapter la diffusion de l'information touristique aux nouvelles pratiques (numériques notamment)
- ◉ Proposer des lieux d'accueil adaptés aux besoins actuels et futurs
- ◉ Etre plus efficace globalement dans l'information des touristes en séjour

Cibles visées

- 🚩 Touristes en séjour
- 🚩 Prestataires touristiques

Justification de cette action

- # Les technologies numériques ont modifié l'approche des touristes pour la recherche de l'information avant et pendant leur séjour
- # L'Office de tourisme n'est plus LE lieu incontournable d'information
- # L'Office de tourisme reste LE lieu qui gère et actualise le plus d'information
- # La diffusion de l'information au plus près des touristes est un enjeu majeur

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Orane MOUTARDIER Laurent LABORIE
Partenaires	Moulins Communauté Acteurs touristiques

Actions à réaliser

- Définir les besoins avec les acteurs (2020)
- Sélectionner les formations correspondant à ces besoins
- Rechercher les formateurs et affiner le contenu avec eux
- Planifier les formations dans un plan de professionnalisation global
- Budgéter et organiser les sessions de formation
- Analyser les retours des participants pour ajustements éventuels

Objectifs de cette action

- ◉ Aider les acteurs du tourisme à développer leur activité à travers une offre variée de formations accessibles locales, simples et adaptées et de services, conférences et eductours
- ◉ Adapter l'offre des prestataires aux besoins de leurs clients
- ◉ Les inciter à mieux utiliser les technologies numériques pour être plus visible sur internet
- ◉ Faire bénéficier aux prestataires de services déjà existant (Apidae, Widgets, ...)

Cibles visées

- 📍 Tous les acteurs touristiques de l'agglomération voire au delà

Justification de cette action

- # Les acteurs du tourisme n'ont pas toujours beaucoup de temps pour suivre des formations de plusieurs jours souvent loin de l'agglomération
- # Beaucoup de formations peuvent être organisées localement en adaptant le contenu et les créneaux horaires
- # Il est important de pouvoir faire évoluer l'offre touristique vers plus de qualité et d'adaptation à la demande ou aux nouvelles tendances

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Orane MOUTARDIER Laurent LABORIE
Partenaires	Moulins Communauté Formateurs

Actions à réaliser

- > Co-piloter avec Moulins Communauté l'Académie du Tourisme pour faciliter la mise en réseau et la fédération des acteurs touristiques
 - organiser les réunions de l'Académie
 - Définir les contenus
 - Animer des ateliers
 - Mettre en place les actions issues des réflexions en atelier.

Objectifs de cette action

- ◉ Fédérer les acteurs touristiques de l'agglomération voire au-delà
- ◉ Développer un réseau le plus large possible d'acteurs au service du développement touristique de la région de Moulins

Cibles visées

- 📍 Tous les acteurs touristiques de la région de Moulins (prestataires, collectivités, associations, commerçants, ...)

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE Orane MOUTARDIER
Partenaires	Moulins Communauté Acteurs touristiques

Justification de cette action

- # Le développement de la destination passe par une mise en réseau forte des acteurs du tourisme
- # La mise en réseau et la connaissance des acteurs du réseau entre eux permettent une meilleure prise en compte du tourisme comme un levier important de développement touristique
- # Le tourisme étant un secteur transversal de l'économie, une mise en réseau de tous les secteurs permet d'avoir une vision à

Actions à réaliser


- Analyser le nouveau référentiel 2020 Qualité pour les Offices de tourisme
- Mesurer les écarts ou les nouveaux critères au sein de la structure
- Apporter les correctifs ou développer de nouvelles solutions
- Application de l'ensemble des procédures et des nouveaux critères à l'antenne de Lurcy-Lévis
- Satisfaire à l'audit d'attribution de la marque
- Déposer un dossier de classement de l'OT en catégorie 1 une fois la marque qualité obtenue

Objectifs de cette action

- Renouveler la marque Qualité Tourisme
- Garantir un niveau de service élevé à nos visiteurs et à nos partenaires

Cibles visées

 Clientèles touristiques en séjour

 Population locale

 Partenaires de l'OT

 Personnel de l'OT

Conduite de l'action

Office de tourisme	Orane MOUTARDIER Laurent LABORIE
Partenaires	Employés de l'OT Moulins Communauté Administrateurs de l'OT OTF

Justification de cette action

- # La qualité est un travail de chaque jour pour garantir aux touristes un haut niveau de services
- # L'office est Marqué Qualité depuis 2009
- # Le classement en catégorie 1 est lié à l'obtention de la Marque Qualité Tourisme
- # La marque est valorisante pour les acteurs de l'Office (collectivité, administrateurs, employés, partenaires, ...)

Actions à réaliser

Calendrier : toute l'année 2021

Pour les mini-groupes /groupes

- Réalisation de nouvelles propositions de séjours
- Mise à jour du site internet « groupes » de l'OT
- Ré-édition de la brochure groupes et diffusion auprès de différents types de groupes (voitures anciennes, cousinades, sociétés d'amis de musées, ..)
- Organisation des séjours (programme, réservation, facturation)

Pour les séminaires - Congrès

- Conseil et proposition de programmes à la demande
- Organisation, réservation des prestations
- Recherche de partenaires en fonction des demandes

Pour les individuels

Objectifs de cette action

- Afficher « en vitrine » sur internet plus d'exemples de séjours individuels ou groupes
- Faciliter l'achat et la réservation de séjours groupes
- Faciliter l'organisation, l'achat et la réservation de séminaires

Cibles visées

- 🚩 Touristes à la recherche de weekends packagés
- 🚩 Organisateur de voyages en groupes (autocaristes, associations, ...) français ou étrangers
- 🚩 Organisateur de séminaires ou manifestations (entreprises, associations, ...)

Justification de cette action

- # Le marché des groupes est potentiellement en développement
 - # Les organisateurs (groupes ou séminaires) ont besoin d'assistance pour organiser leur séjour
- L'Office de tourisme dispose d'une connaissance parfaite de ses partenaires locaux

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET Delphine SIMONIN
Partenaires	Prestataires touristiques

Actions à réaliser

- Renouveler les partenariats avec les sites et prestataires autour du Citypass
- Développer de nouveaux partenariats avec les commerçant adhérent à l'opération « ma carte shopping »
- Editer et diffuser largement le support de promotion
- Campagne d'affichage réseaux Decaux Ville de Moulins et Moulins Communauté si possible
- mettre en place la vente en ligne du Citypass
- Suivre les ventes et consommation avec les prestataires pour refacturation

Objectifs de cette action

- Travailler encore la communication sur 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
- Développer le réseau de vente grâce à la dématérialisation du Citypass et la vente en ligne

Cibles visées

- 📍 Touristes individuels

Justification de cette action

- # Les ventes de Citypass sont stables depuis 2 ans
- # 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
- # La plateforme du Citypass est la même que celle de la carte fidélité des commerces de Moulins

Conduite de l'action

Office de tourisme	Vanessa PURAVET
Partenaires	Sites culturels Hébergements touristiques

Actions à réaliser

- Redéfinir la stratégie de la boutique de l'Office de tourisme (organisation, produits, fournisseurs, ...)
- Sourcer de nouveaux fournisseurs pour développer de nouveaux produits en liaison avec les besoins des clients
- Assurer le réassort régulier des produits
- Réfléchir au développement éventuel de l'espace (agrandissement)
- Nouer de nouveaux partenariats pour une revente par les commerçants intéressés (et vice-versa).

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

Cibles visées

- 🚩 Touristes individuels
- 🚩 Population locale

Conduite de l'action

Office de tourisme	Arlette MICHELET Manon CONSTANT Angélique MÉNART Delphine SIMONIN
Partenaires	Fournisseurs

Justification de cette action

- # La boutique constitue une source de revenus pour l'Office
- # Le renouvellement de produits est important pour conserver une certaine attractivité
- # Une stratégie et des objectifs plus affirmés doivent permettre de développer les ventes

Actions à réaliser

- mettre en place et paramétrer la plateforme numérique **moulincommunaute.taxesejour.fr**
- Intégrer tous les hébergements touristiques de l'agglomération
- Suivre et saisir les paiements et les rapprocher des déclarations
- Gérer les relances de déclaration et de paiement de la taxe de séjour
- Mettre en place la dématérialisation des déclarations de meublés en Mairie voire la procédure d'enregistrement des meublés

Objectifs de cette action

- Faciliter la gestion de la taxe de séjour et couvrir tous les hébergements marchands
- Fournir un outil plus moderne aux hébergeurs
- Collecter plus rapidement la taxe de séjour

Cibles visées

- 🚩 Hébergements marchands
- 🚩 Opérateurs numériques

Justification de cette action

- # La taxe de séjour est payée par les touristes hébergés en hébergement marchand
- # Le produit de la taxe est reversé à l'Office de tourisme pour ses actions de promotion et de développement
- # La taxe de séjour est un levier financier qui limite le montant de subventions publiques

Conduite de l'action	
Office de tourisme	Laurent LABORIE Pauline FORICHON
Partenaires	Moulin Communauté Thomas de Dreuille Hébergements touristiques marchands

OFFICE DE TOURISME
Moulins
& sa région



Capitale des Bourbons



Office de tourisme de Moulins et sa région

11 rue François Péron

BP 641 - 03006 MOULINS Cedex

bienvenue@moulins-tourisme.com

Tél. +33(0)4 70 44 14 14

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.



Auvergne
Rhône-Alpes
Tourisme