

Délibération n° 2019-03-23

Extrait du registre des délibérations
du conseil communautaire du 20 juin 2019

Objet

Adoption de la
stratégie marketing
en matière de
tourisme

Rapporteur

LAGARDE Maguy

Date de convocation

13 juin 2019

Date d'affichage du compte rendu

28 juin 2019

Nombre de conseillers

En exercice : 125
Présents : 78
Votants : 87
Pour : 87
Contre : 0
Abstentions : 0

L'an deux mille dix-neuf, le 20 juin à 18h00, le conseil communautaire de l'AGGLO PAYS D'ISSOIRE dûment convoqué s'est réuni en session ordinaire dans la salle de spectacle Animatis de la commune d'Issoire sous la présidence de Monsieur Jean-Paul BACQUET, Président.

Présents avec voix délibérante :

ALETON Danielle	ALLART Sébastien	ARCHIMBAUD Guy
	BACQUET Jean-Paul	
BARDY André	BARRAUD Bertrand	BARRÉ Annick
	BASTIEN Gérard	BAYSSAT Marie
	BERIOT Didier	
BERTHELOT Pascal	BESSEYRE Fabien	
BLANJARD Michel		BOURG François
BOURGNE Françoise		BRONNER Ulrick
BRUN Pascale		CHALLET Vincent
CHANAL Jean-Paul		CHANY Georgette
CHASSANG Jean-Pierre	CHASSANY Georges	CHAZALON Robert
		COLLET Jean-Pierre
THEVENET Émilie (S)	CORRE Jean-Marie	
COSTE Yves	COSTON David	COSTON Marie
CREGUT François		DABERT Jean-Claude
	DENAIVES Catherine	
DESGEORGES André	DESVIGNES Jean	
	DUBOST Philippe	DYNDAS Eric
EMIREN Bernard (S)		FANJUL José
MAISONNEUVE Alain (S)	FRAISSE Pierre-Luc	FARGEIX Jeanine (S)
GAUDRIAULT Damien		
		GRÉGOIRE Nathalie
		GUILLAUME Julien
		IGONIN Bernard
JAFFEUX Sébastien	JAMON Marc	MAGAUD Hervé (S)
	LOUBINOX Nathalie (S)	LAGARDE Maguy
LAMOUREUX Jean-François	LANCRENON Maria	LE GAL Claude
LEGENDRE Denis		
	LIVET Bertrand	MAHOUDEAUX Gaëlle
MARAIS René	MARTINANT Pierre	
MASSEBOEUF Claude		
PELISSIER Patrick	PELOU Michel	PEREIRA-MAURIAT Christine
PERRON Jean-Yves		
POULOSSIER Marie-Laure	PRADIER Laurent	RAVEL Pierre
RKINA Mohamed		ROCHETTE Christophe
		ROUSSEL Chantal
ROUX Bernard		SAUVANT Jean-Pierre
SAUX Marie-Pierre	THEVIER Gérard	TINET Georges
	TOULOUZE Michel	VARISCHETTI Martine
VEISSIERE Bernard	PINTE Emmanuel (S)	

Absents ayant donné pouvoir (9) : CORREIA Emmanuel à BACQUET Jean-Paul, DUBESSY Florence à VARISCHETTI Martine, GUEUGNOT Jean-Pierre à RAVEL Pierre, LENEGRE Jean-Louis à PELISSIER Patrick, LETELLIER Josiane à SAUVANT Jean-Pierre, PAILLONCY Brigitte à BARRÉ Annick, PÉTHEIL Sandra à BLANJARD Michel, POMEL Michel à DYNDAS Éric, SALVINI Luc à ALETON Danielle.

Absents représentés (7) : CONTOUX Michel, ESBELIN Nicole, FRADIN Guy, GARNAVAULT Philippe, JOLIVET Sylvie, LABUSSIÈRE Jean-Marc, ZANIN Nathalie.

Absents (38) : ASTIER Raymond, BARBET Laurent, BARTHOMEUF Serge, BERENBAUM Émeric, BERNARD Jean-Paul, BESSON Jean-Louis, BONNAFOUX Daniel, BOYER Élie, BRUNETTI Graziella, CHANIMBAUD Lionel, CHEYNOUX Gérard, CODRON Maryse, CROZE Yves-Serge, DE MULDER Jean-Pierre, DESCOUTEIX-GENILLIER Juliette, DRUELLE Jean-Claude, ESPEIL Michel, GAUTHIER Isabelle, GIMEL Edwige, GOUEZEC Jean-François, GOYON Guy, GREGORIS Cécile, HERBST Nadine, HERCEGFI Serge, KAROUTZOS Christian, LEROY Véronique, MARUCA Vincent, MEALLET Roger-Jean, MONIET-FIEVET Jean-Marc, MOREL Jacques, NICOLLET Michel, NÔ Lucien, NUÑEZ Aurélia, OLIVIER Christian, ROCHE Roger, RODDIER Gilles, ROUBERTOU Didier, TIXIER Luc.

Secrétaire de séance : ROUSSEL Chantal.

VU la stratégie et le plan d'actions marketing ci-annexés ;

CONSIDÉRANT que la délibération précédente visait à valider le schéma de développement touristique, correspondant à une action d'investissement et d'ingénierie en vue de créer les conditions favorables à l'investissement touristique privé sur le territoire mais aussi à conforter et renforcer l'offre ;

CONSIDÉRANT que la seconde partie de la démarche stratégique concerne le marketing touristique, c'est-à-dire l'ensemble des outils par lesquels le territoire va repérer et s'adresser à ses clientèles présentes et voulues ;

CONSIDÉRANT que dans le domaine du tourisme, la Région Auvergne-Rhône-Alpes est le chef de file de la compétence et le marketing doit se mener à la bonne échelle, là où la force de frappe est la plus percutante :

- pour les clientèles régionales : l'Agglo Pays d'Issoire ;
- pour les clientèles nationales : l'Agglo Pays d'Issoire en partenariat avec la Région ;
- pour les clientèles internationales : la Région ;

CONSIDÉRANT que la stratégie se résume en 4 phases, mobilisant des outils parfois communs :

- ✓ **cibler les clientèles, veiller les concurrences, se nourrir d'expériences réussies :**

c'est la première étape de la définition du marketing touristique puisque, pour s'adresser aux clientèles, il est nécessaire d'en avoir une bonne connaissance ou de les choisir ;

- ✓ **construire des offres :**

des offres personnalisables, reprenant les 3 thèmes et le positionnement du slow-tourisme, accompagner et être accompagné des acteurs, etc. ;

- ✓ **produire des contenus et supports de qualité et les diffuser :**

l'Agglo Pays d'Issoire n'a pas de notoriété propre mais elle peut cependant, comme un territoire d'accueil de l'Auvergne, se montrer attractive par ses singularités ;

- ✓ **faire des prestataires les premiers ambassadeurs du territoire :**

la concrétisation de la stratégie marketing passe par la mise en œuvre d'outils divers et pouvant répondre à plusieurs des étapes évoquées précédemment. Les outils doivent mettre en exergue le positionnement du territoire et ses thèmes ;

CONSIDÉRANT que les actions sont donc la mise en œuvre des outils à disposition, série de fiches, qui, dans la continuité du schéma de développement, sont nommées E, reportées dans le document joint en annexe :

- E. 1. : la signature ;
- E. 2. : les éditions génériques ;
- E. 3. : les éditions thématiques ;
- E. 4. : le site Internet ;
- E. 5. : les réseaux sociaux ;
- E. 6. : les accueils presse ;
- E. 7. : les actions de communication grand public ;
- E. 8. : les actions de communication professionnelle ;
- E. 9. : les actions de commercialisation ;
- E. 10. : les accueils ;
- E. 11. : le guidage ;
- E. 12. : la fidélisation (gestion relation clients) ;
- E. 13. : l'observation ;

CONSIDÉRANT que les tableaux récapitulatifs de fin d'annexe montrent le phasage et le cadrage financier ;

Les membres du conseil communautaire, ouï l'exposé de Madame le Rapporteur et après en avoir délibéré, décident à l'unanimité :

- de valider la stratégie et le plan d'actions marketing tels qu'ils sont présentés dans l'annexe jointe au présent rapport, sous réserve de l'inscription des crédits budgétaires chaque année ;
- de mandater Monsieur le président pour signer toute pièce utile à la mise en œuvre de la présente délibération.

Fait et délibéré, les jours, mois et an que dessus

Au registre sont les signatures

Pour copie conforme :

Le Président,

Jean-Paul BACQUET



Publié et certifié exécutoire

Issoire, le 11/07/2019

Transmis à la Sous-Préfecture d'Issoire le 11/07/2019