



Projective Groupe
Société Conseil en Marketing Appliqué

4, place de Regensburg
63000 Clermont-Ferrand
04 73 93 99 11
etudes-pg@projective-groupe.fr

NUMÉRIA
COMMUNICATION

Parc d'activité du Cheix
4, rue Enrico Fermi – 63540 Romagnat
04 73 28 93 73
pl.cousserand@numeria-communication.fr

ÉTUDE ÉCONOMIQUE & REPOSITIONNEMENT DE LA STRATÉGIE MARKETING DU VILLAGE-VACANCES LÀ Ô AU BRUGERON (63880)



Procédure de consultation

Pouvoir adjudicateur / Maître d'ouvrage :

COMMUNAUTÉ DE COMMUNES AMBERT LIVRADOIS FOREZ
M. RINGENBACH
Responsable service tourisme
15 Avenue 11 Novembre
63600 AMBERT
sylvain.ringenbach@ambertlivradoisforez.fr
04 73 72 72 23



**AMBERT
LIVRADOIS
FOREZ**

Réf : BD/AH/10/12/2019

SOMMAIRE

| | |
|--|-----|
| 11 – CADRE GENERAL | 3 |
| 111 – Présentation du contexte | 3 |
| 112 – Présentation des objectifs de l'étude | 4 |
| 12 – DIAGNOSTIC EXTERNE | 5 |
| 121 – Localisation et environnement général | 5 |
| 122 – Accessibilité routière au site du projet | 10 |
| 123 – Bilan démographique du territoire | 12 |
| 124 – Bilan économique du territoire | 15 |
| 125 – Bilan touristique du territoire | 21 |
| 126 – Analyse de la concurrence | 33 |
| 127 – Synthèse de l'analyse externe – opportunités et menaces | 70 |
| 13 – DIAGNOSTIC INTERNE | 72 |
| 131 – Présentation de l'établissement - équipements | 72 |
| 132 – Présentation de l'offre et de la clientèle actuelle – couples produit / marché et politique de produit | 84 |
| 133 – La politique tarifaire | 88 |
| 134 – Présentation de la gestion de l'équipement, de la politique commerciale et de communication | 93 |
| 135 – Les performances économiques de l'établissement | 96 |
| 14 – MATRICE SWOT RECAPITULATIVE | 101 |
| 21 – LA CLIENTÈLE DE TOURISME | 102 |
| 211 – Définition | 102 |
| 212 – Évolution des modes de consommation touristique | 103 |
| 213 – Présentation des caractéristiques de la clientèle touristique de la région Auvergne-Rhône-Alpes | 106 |
| 214 – Présentation des caractéristiques de la clientèle touristique du Puy-de-Dôme | 111 |
| 215 – La clientèle de groupe touristique | 113 |
| 22 – LA CLIENTÈLE INDIVIDUELLE ET ASSOCIATIVE DE GROUPES SPORTIVE ET DE LOISIRS | 114 |
| 221 – La clientèle pratiquant des activités sportives outdoor en Auvergne-Rhône-Alpes | 114 |
| 222 – La clientèle de motards | 120 |
| 23 – LA CLIENTÈLE SCOLAIRE | 124 |
| 24 – LA CLIENTELE FAMILIALE DE GROUPES - REUNIONS ET ÉVÉNEMENTIELS | 126 |
| 25 – LA CLIENTÈLE DE TRAVAIL : RÉUNIONS, SÉMINAIRES, INCENTIVES & ÉVÉNEMENTIELS PROFESSIONNELS | 135 |
| 26 – SYNTHÈSE DES POTENTIALITÉS POUR LE VILLAGE-VACANCES AU BRUGERON | 145 |
| 31 – MIX-MARKETING | 151 |
| 311 – Les 4P par cible | 152 |
| 312 – Couple Produit / Marché | 155 |
| 313 – Politique de produit avec les classements et labels | 156 |
| 314 – Les intervenants au marché | 160 |
| 315 – Politique de prix | 166 |
| 316 – Réseau de distribution | 167 |
| 317 – Communication | 168 |
| 32 – BUSINESS MODEL CANVAS | 170 |

| | |
|---|-----|
| 33 – ORIENTATIONS JURIDIQUES ET RAPPEL DES MODES DE FONCTIONNEMENT | 172 |
| 331 – Approche des différents modes de gestion | 172 |
| 332 – Les différentes formes de structures publiques | 178 |
| 333 – Les autres formes de structures juridiques | 180 |
| 34 – DÉFINITION D’UN PLAN D’ACTIONS COMMERCIAL (PAC) | 181 |
| 341 – La stratégie commerciale | 181 |
| 342 – Les objectifs de conquêtes et de fidélisation | 181 |
| 343 – Les actions de commercialisation | 182 |

- PARTIE 1 - DIAGNOSTIC EXTERNE ET INTERNE

11 – CADRE GENERAL

111 – Présentation du contexte

Ouvert en 2011, le Village-vacances « Le Brugeron » est géré par une Société publique locale intitulée « Là Ô ». Toutefois, la SPL présente des problématiques financières et de ressources humaines importantes. Aujourd’hui, la Communauté de communes Ambert Livradois Forez, propriétaire de cet équipement, souhaite redéfinir un nouveau modèle économique et un mode de gestion pour être plus performant sur cet équipement.

En effet, les résultats d’exploitation sont très en dessous de l’étude de faisabilité effectuée en amont de la création de l’établissement pour le compte de la Communauté de communes du Pays d’Olliergues.

L’étude réalisée en son temps avait pour but de planifier l’équilibre économique de l’équipement. Elle misait sur une clientèle diversifiée pour atteindre un taux d’occupation de 36%, soit environ 9 000 nuitées annuelles :

- Scolaires (classe de découverte) : sur la base de l’analyse d’autres structures de groupes (75% de la clientèle des structures étudiées par Alliance) : cette cible représente 2 500 nuitées ;
- Individus / familles : 2 400 nuitées ;
- Groupes affinitaires et thématiques / festif : 2 200 nuitées ;
- Groupes seniors : 1 400 nuitées ;
- Groupes séminaires : 500 nuitées.

Après des débuts difficiles (licenciement du premier directeur), la gestion de l’établissement a été reprise par Christine Cossart en 2014 ainsi que la gestion au Col du Béal (auberge, gîte et observatoire).

112 – Présentation des objectifs de l'étude

En synthèse des résultats et de la situation de marché, il convient à la fois d'en tenir compte, en remettant en cause le modèle économique construit sur des hypothèses non conformes aux réalités dérivées du marché, avec une commercialisation à revoir. Ce qui suppose de :

- **Redéfinir un nouveau modèle économique**

Sur la base de l'existant et du potentiel de l'équipement, il s'agit de redéfinir un modèle économique pour la structure gestionnaire du village-vacances. Il convient de travailler sur les clientèles actuelles et les clientèles potentielles.

Cette mission peut comprendre une mission d'expertise commerciale afin de définir un plan d'actions efficace pour le compte de la SPL. Il s'agit de concentrer l'étude sur les groupes autour des clientèles actuellement présentes sur le village-vacances qui peuvent être développées (séminaires, sportifs, familles) et sur les clientèles potentielles :

- Sur les scolaires : recherche active de prescripteurs, proposition de produits adaptés d'activités en complément de l'hébergement.
- Sur les individuels/famille, un travail intéressant a été réalisé sur le site internet et la fiche Google My Business avec des retombées directes en termes de commercialisation. Une enveloppe peut être consacrée pour performer encore ces outils ou pour lancer d'autres pistes d'actions (prescripteur, Booking...).

- **Réajuster le mode de gestion**

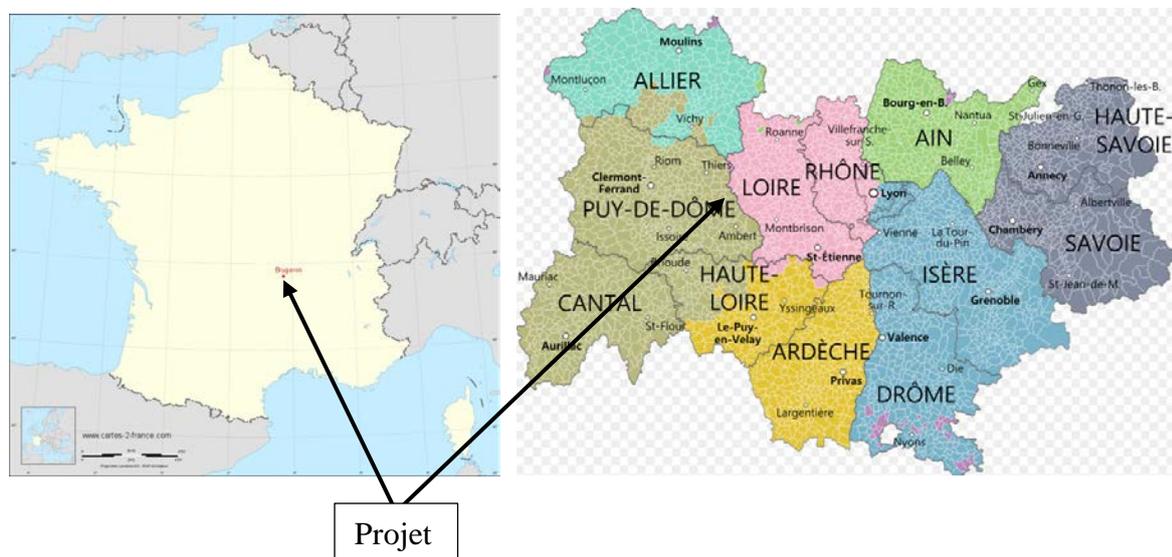
Actuellement gérée par une Société Publique Locale, l'activité du village vacances présente plusieurs difficultés : déficits réguliers, capital négatif, lien avec la Communauté de communes. L'étude doit étudier plusieurs pistes pour la gestion de l'équipement :

- Renforcer la Société Publique Locale en redéfinissant les relations entre la SPL et la Communauté de communes (contrat, loyer...) ;
- Étudier d'autres mode de gestion : Établissement Public Industriel et Commercial, gestion par un privé via une Délégation de Service Public, etc.

12 – DIAGNOSTIC EXTERNE

121 – Localisation et environnement général

La commune rurale du Brugeron est située dans le département du Puy-de-Dôme, à la frontière de la Loire, dans la région Auvergne-Rhône-Alpes.



Suite à la réforme de la loi NOTRe, Le Brugeron est passé de la communauté de communes du Pays d'Olliergues, regroupée au sein de la Communauté de communes Ambert Livradois Forez. Ce territoire s'étend sur 1 700 km² et est composé de 58 communes pour une population totale de 27 606 habitants (INSEE 2019). Ambert en est la ville principale.



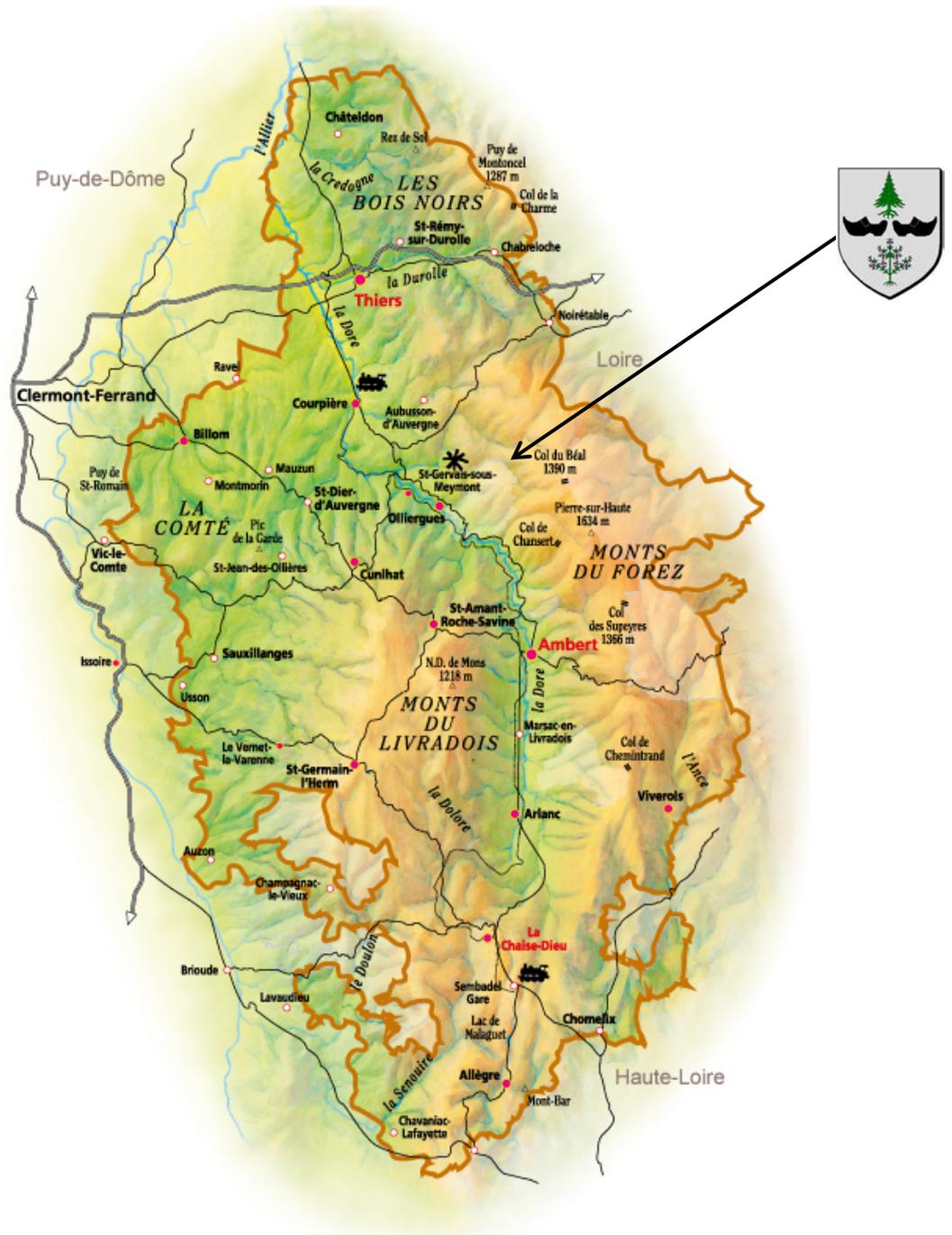
Le territoire d'Ambert Livradois Forez est déficitaire en termes de population et connaît une perte de l'ordre de 200 habitants par an. De plus, la population est vieillissante.

C'est dans ce contexte que la communauté de communes Ambert Livradois Forez a engagé un profond travail de réflexion sur l'avenir de son territoire et notamment sur les questions d'accueil de nouveaux habitants. En effet, pour maintenir le niveau de services actuels, Ambert Livradois Forez devra accueillir environ 2 200 habitants d'ici 2040. Dans cette perspective, Ambert Livradois Forez construit un projet de territoire « Inventons ensemble Ambert Livradois Forez 2018-2040 » avec la participation des forces vives de la société civile. La volonté est d'impulser une onde positive durable en s'appuyant sur toutes les initiatives locales et sur tous ceux qui apportent leur énergie à ce territoire. Baptisées PEP'S (Personne à Energie Positive et Solidaire), ces personnes ressources se mobilisent pour rendre le territoire attractif. Souvent le manque d'attractivité des territoires est lié à la pénurie d'offres d'emploi. Or, Ambert Livradois Forez dispose de nombreux emplois. Les entreprises connaissent des difficultés de recrutement. La question de l'image se retrouve donc au cœur des préoccupations.

Ambert Livradois Forez, un territoire aux multiples richesses :

- Un cadre de vie préservé avec des grands espaces et des paysages singuliers, à l'image des Hautes Chaumes du Forez
- Un territoire labellisé Territoire à Energie Positive pour la Croissance Verte (TEPCV)
- Une AOP Fourme d'Ambert
- Un patrimoine bâti à un prix attractif
- Un territoire reconnu pôle d'excellence sur les activités de pleine nature avec notamment la station été/hiver de Prabouré
- Des évènements sportifs d'envergure : la Cyclo les Copains
- Des saisons culturelles dans des lieux atypiques : Jasserie du Coq Noir et Volcan du Montpeloux par exemple
- Des évènements culturels d'envergure : Le World Festival d'Ambert
- Une santé économique florissante avec 8 entreprises leader dans le secteur de la tresse et Sanofi à Vertolaye, entreprise la plus importante de la Vallée de la Dore, avec pas moins de 750 employés qui travaillent dans l'industrie chimique du médicament.
- D'ailleurs le territoire fait partie du dispositif « Territoires d'industrie » lancé par le premier ministre en novembre 2018. Sanofi étant le fleuron de l'industrie pharmaceutique.
- La filière bois, une filière pleine d'avenir : Boisé à 57%, Ambert Livradois Forez est dans le peloton de tête des territoires pour les volumes de bois travaillés chaque année par ses nombreuses scieries de toutes tailles. À chacun des maillons de la filière bois, des hommes et des femmes exploitent la richesse forestière et les savoir-faire légués par les générations précédentes. En s'appuyant sur ce passé, ils développent des activités modernes et performantes.

Le Brugeron compte 256 habitants et s'étend sur 2 742 km². Cette commune fait partie du Parc Naturel Régional Livradois-Forez.



Sur les flans des monts du Forez à une altitude de quelques 950 m, Le Brugeron est à 12 km de la commune d'Olliergues et également proche du Col du Béal, col qui culmine à 1 390 mètres d'altitude et fait la jonction entre la vallée de la Dore et la plaine du Forez. Au pays des jasseries, c'est un lieu où l'on peut pratiquer plusieurs activités sportives comme le vélo, la randonnée et même le ski de fond en période hivernale.

Pour autant, Le Brugeron n'est pas à proprement parlé un lieu de destination touristique. Les sites à visiter sont aux alentours, le long de la rivière de la Dore, entre Thiers et Ambert ou côté plaine du Forez, à l'orient des crêtes du Forez.

La commune du Brugeron se situe à la frontière de la Communauté d'Agglomération Loire-Forez.

Créée au 1er janvier 2017, la nouvelle communauté d'agglomération Loire Forez rassemble 87 communes et 109 047 habitants (INSEE 2016) issus de 4 intercommunalités : Loire Forez, Montagnes du Haut-Forez, Pays d'Astrée et Pays de Saint-Bonnet-le-Château. Cette communauté d'agglomération s'étend sur 1 321 km², des monts du Forez jusqu'au fleuve Loire, soit plus d'un quart de la superficie du département de la Loire.

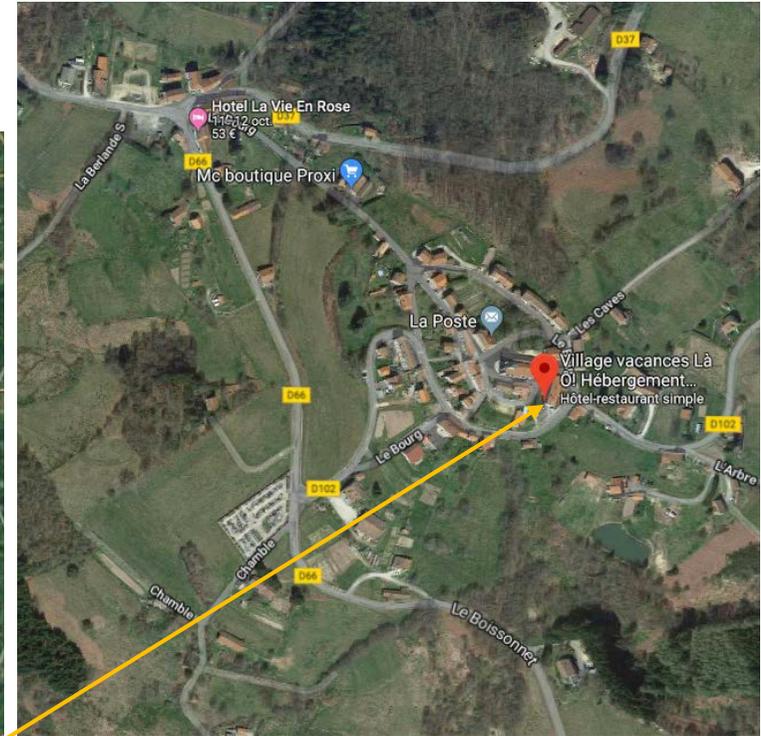
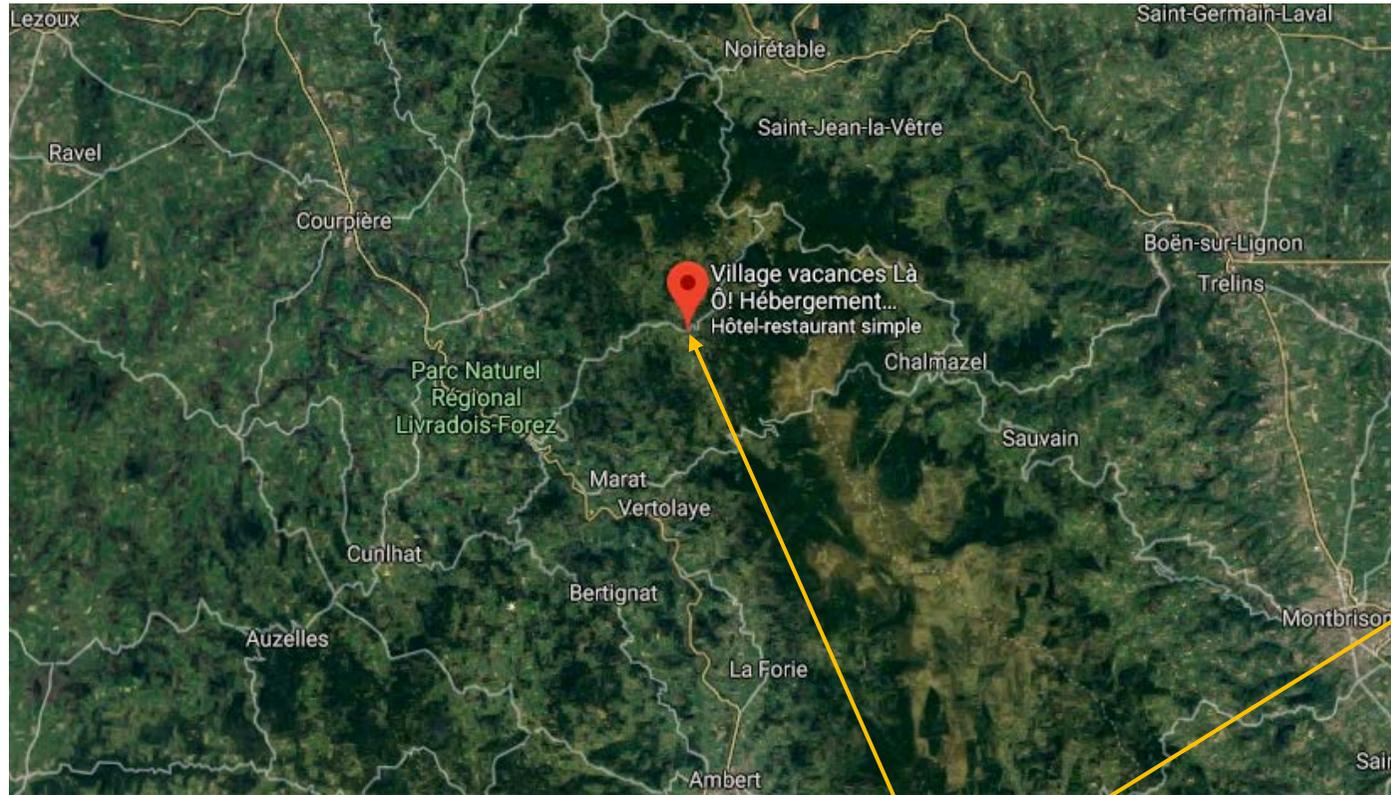


Ce territoire rural est structuré autour de deux centralités, Montbrison et Saint-Just Saint-Rambert, deux villes de plus de 10 000 habitants.

Au nord, trois pôles assurent un rôle majeur pour l'équilibre du territoire : au nord, Noirétable et Boën-sur-Lignon, au sud, Saint-Bonnet-le-Château. Ils centralisent des services indispensables pour les communes rurales alentour.

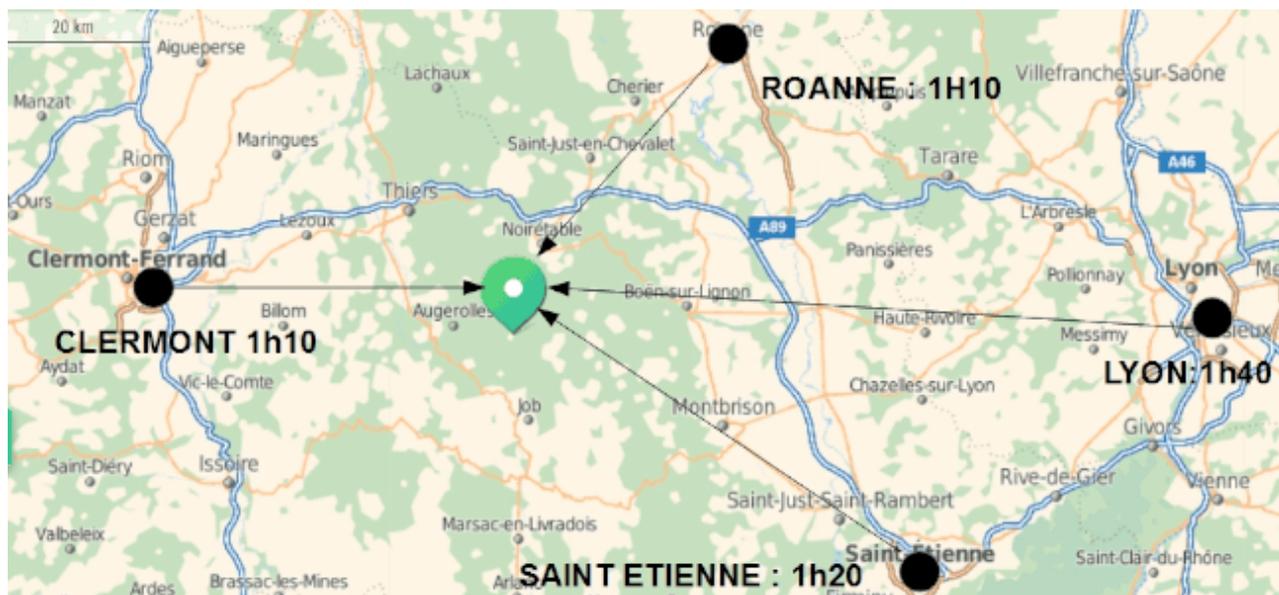
La population est en constante augmentation depuis les années 70. Elle compte aujourd'hui 109 047 habitants. Avec une densité de population assez faible, Loire Forez bénéficie d'un cadre de vie de qualité qu'il convient de préserver.

Carte de localisation du site du projet



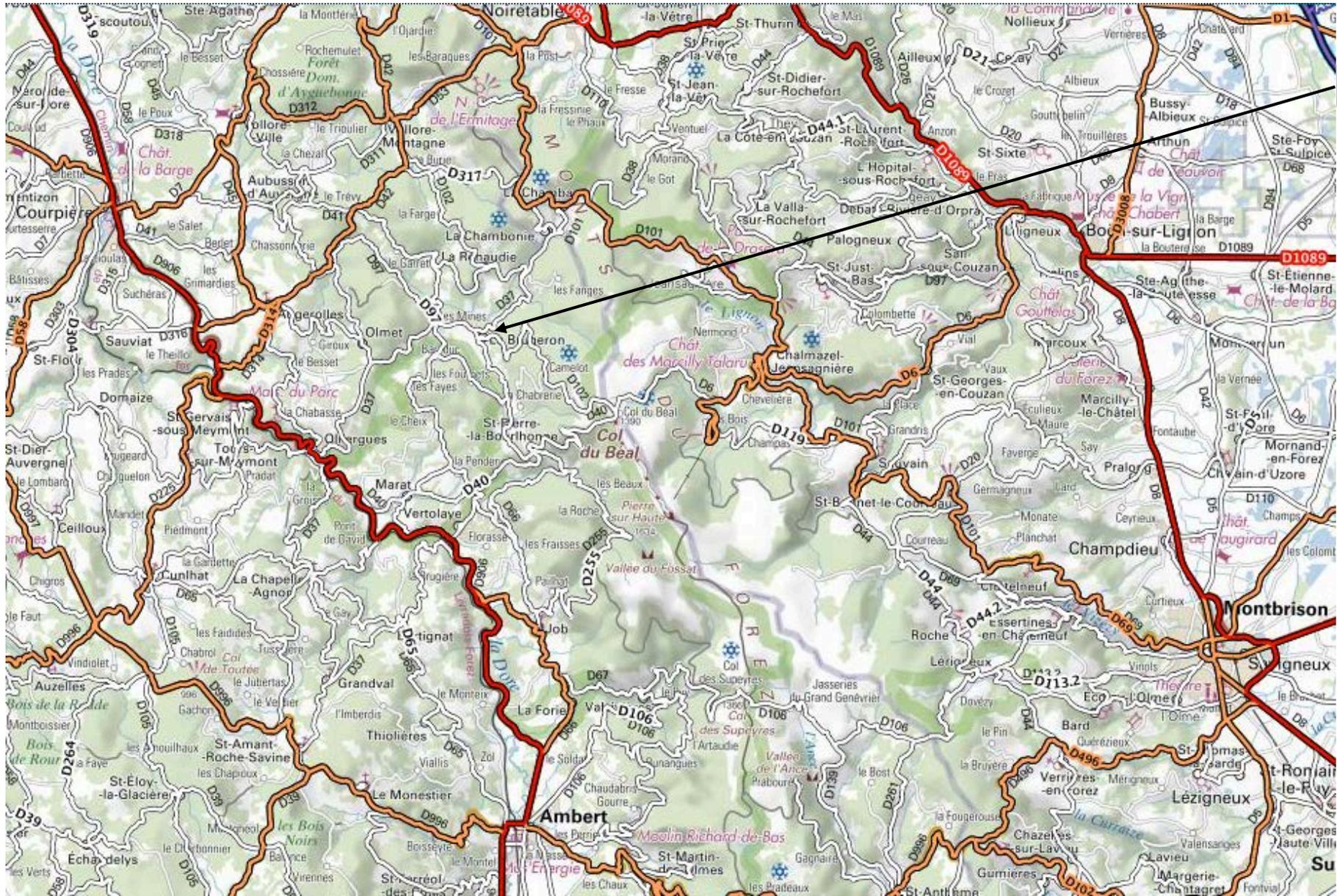
Projet

122 - Accessibilité routière au site du projet



Le Village vacances Le Brugeron se situe à :

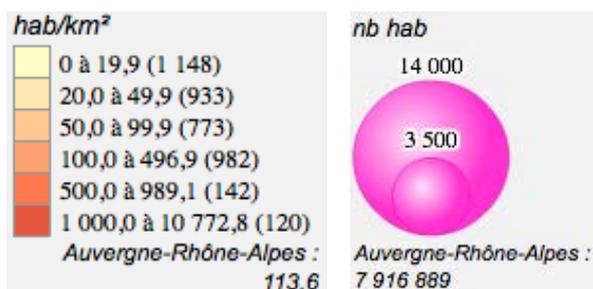
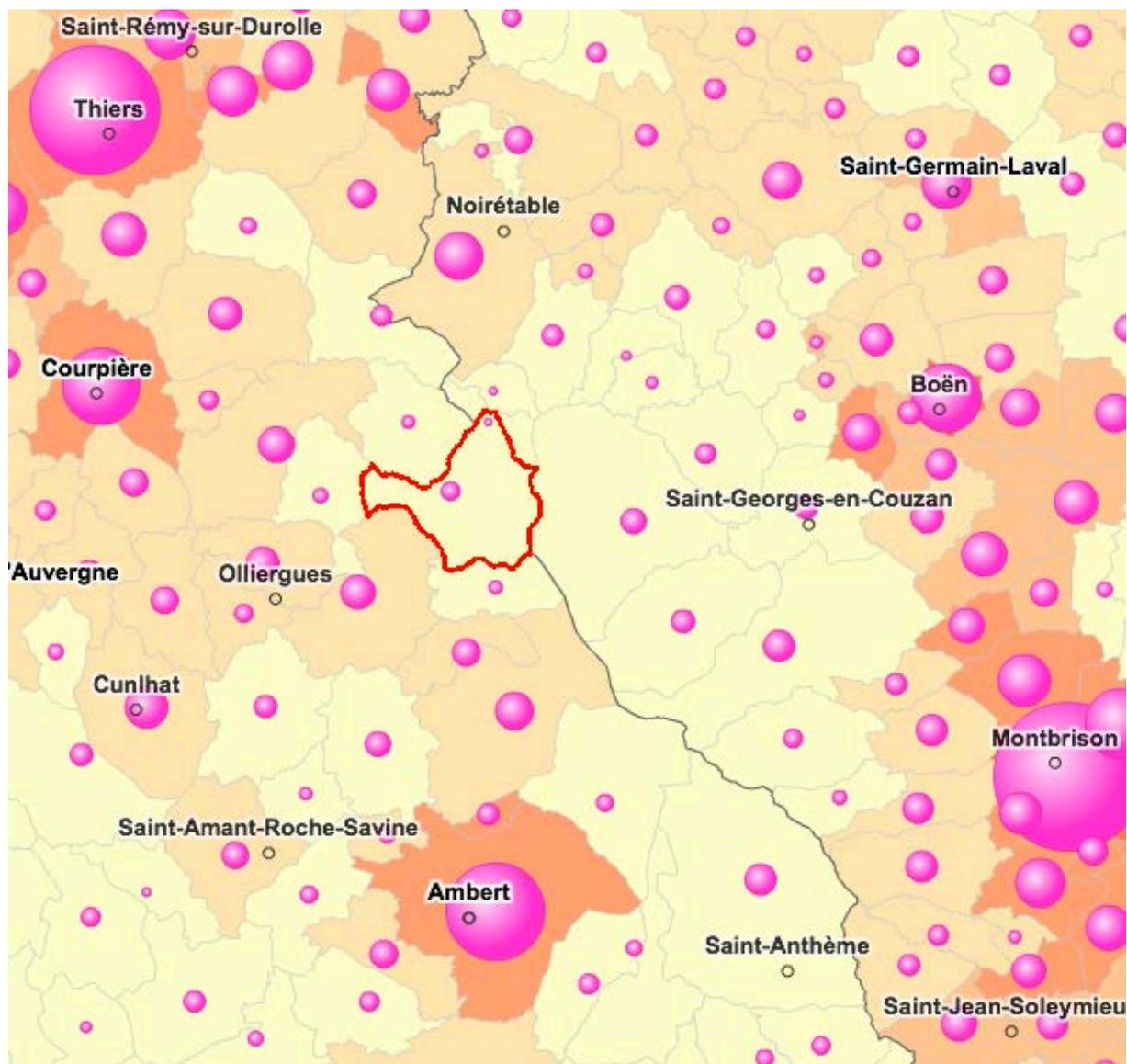
- 30 minutes d'Ambert via la D906 (27,1 km) ;
- 40 minutes de Thiers via la D45 et la D97 (33,6 km) ;
- 1h05 de Clermont-Ferrand, Préfecture du Puy-de-Dôme, via l'A89 et la D906 (70,2 km) ;
- 1h10 de Roanne, Sous-Préfecture de la Loire, via l'A89 (65 km) ;
- 1h20 de Saint-Étienne, Préfecture de la Loire, via l'A72 (107 km) ;
- 1h40 de Lyon, Préfecture du Rhône, via l'A89 (128 km).



Projet



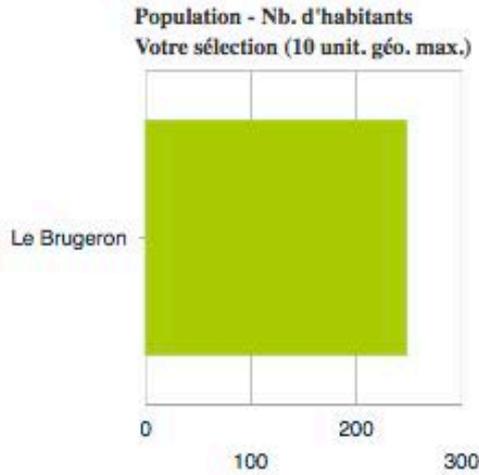
Population et densité de population – Le Brugeron - 2016



Population - Nb. d'habitants

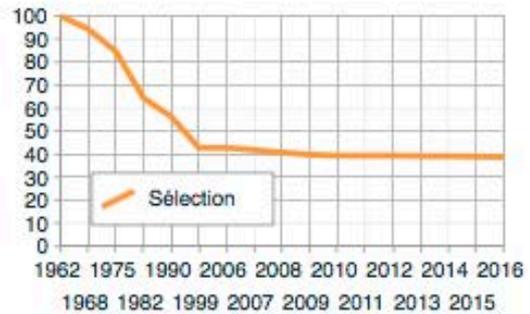
| | Sélection 2016 | Sélection év. 1999 - 2016 % |
|--------------------|----------------|-----------------------------|
| Nombre d'habitants | 247 | -9,9 |

source : Insee, RP exploit. principale - 2016



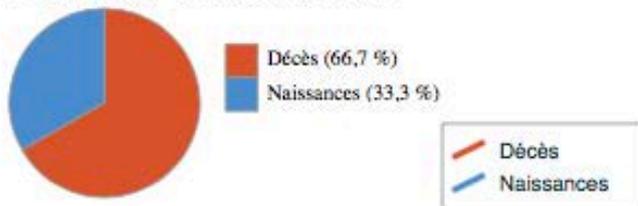
source : Insee, RP exploit. principale - 2016

Population - Evolution du nb. d'habitants
Indice base 100 en 1962



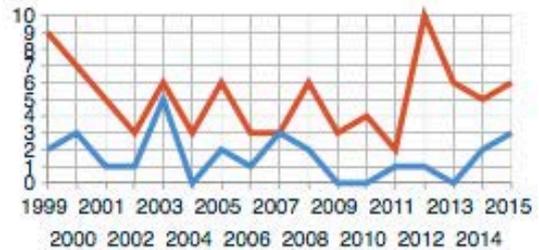
source : Insee, RP exploit. principale

Population - Répartition du nb de naissances et de décès (%) - Votre Sélection - 2015



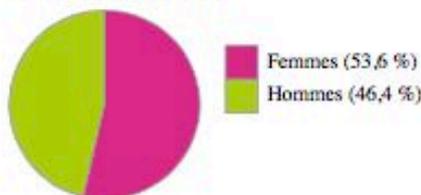
source : Insee, RP exploit. principale - total : 9

Population - Evolution du nb de naissances et de décès depuis 1999 - Votre sélection

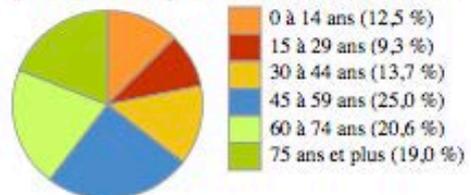


source : Insee, RP exploit. principale

Population - Répartition par sexe (%)
Votre Sélection - 2015



Population - Répartition du nb. d'habitants par tranche d'âge (%) - Votre sélection - 2015

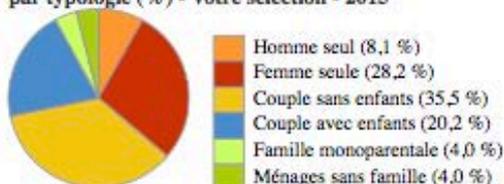


Population - Nombre total de ménages

| | Sélection 2015 | Sélection év. 2006 - 2015 % |
|-------------------|----------------|-----------------------------|
| Nombre de ménages | 123 | -0,8 |

source : Insee, RP exploit. principale - 2015

Population - Répartition du nb. de ménages par typologie (%) - Votre sélection - 2015



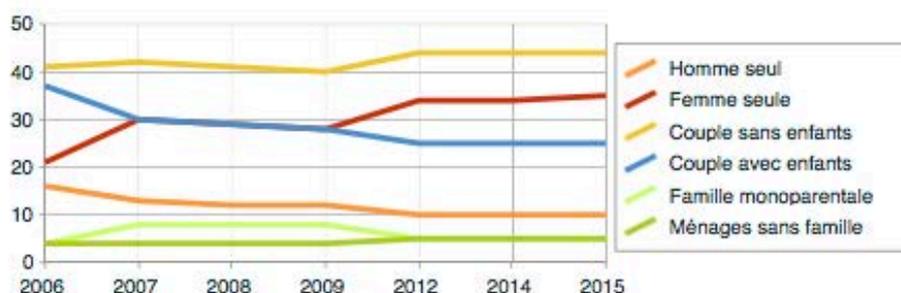
source : Insee, RP exploit. complémentaire - total : 124

Population - Nombre de ménages Détail par typologie - Votre sélection

| Typologie | Sélection 2015 | Sélection év. 2006 - 2015 % |
|------------------------------------|----------------|-----------------------------|
| Homme seul | 10 | -37,5 |
| Femme seule | 35 | 66,7 |
| TOTAL Nb. de mén. d'une personne : | 45 | 21,6 |
| Couple sans enfants | 44 | 7,3 |
| Couple avec enfants | 25 | -32,4 |
| Famille monoparentale | 5 | 25 |
| TOTAL Nb. ménages avec famille : | 73 | -11 |
| Ménages sans famille | 5 | 25 |

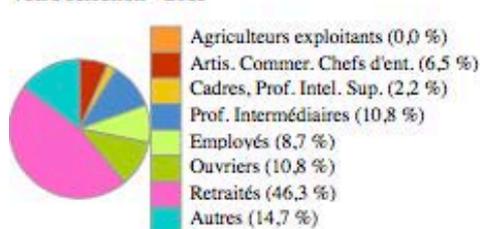
source : Insee, RP exploit. complémentaire - 2015

Population - Evolution du nb. de ménages par typologie depuis 2006 - Votre sélection



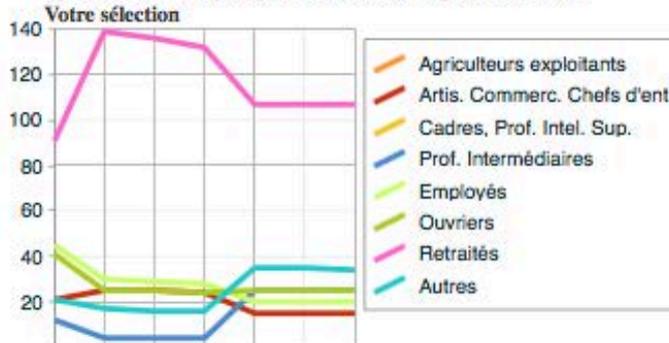
source : Insee, RP exploit. complémentaire

Population - Répartition du nb de personnes âgées de 15 ans et plus par Catégorie Socioprofessionnelle (%) - Votre sélection - 2015



Source : Insee, RP exploit. complémentaire

Population - Evolution depuis 2006 du nb de personnes âgées de 15 ans et plus par Catégorie Socioprofessionnelle - Votre sélection



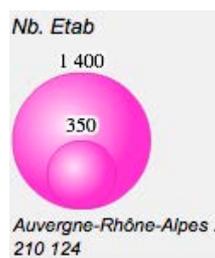
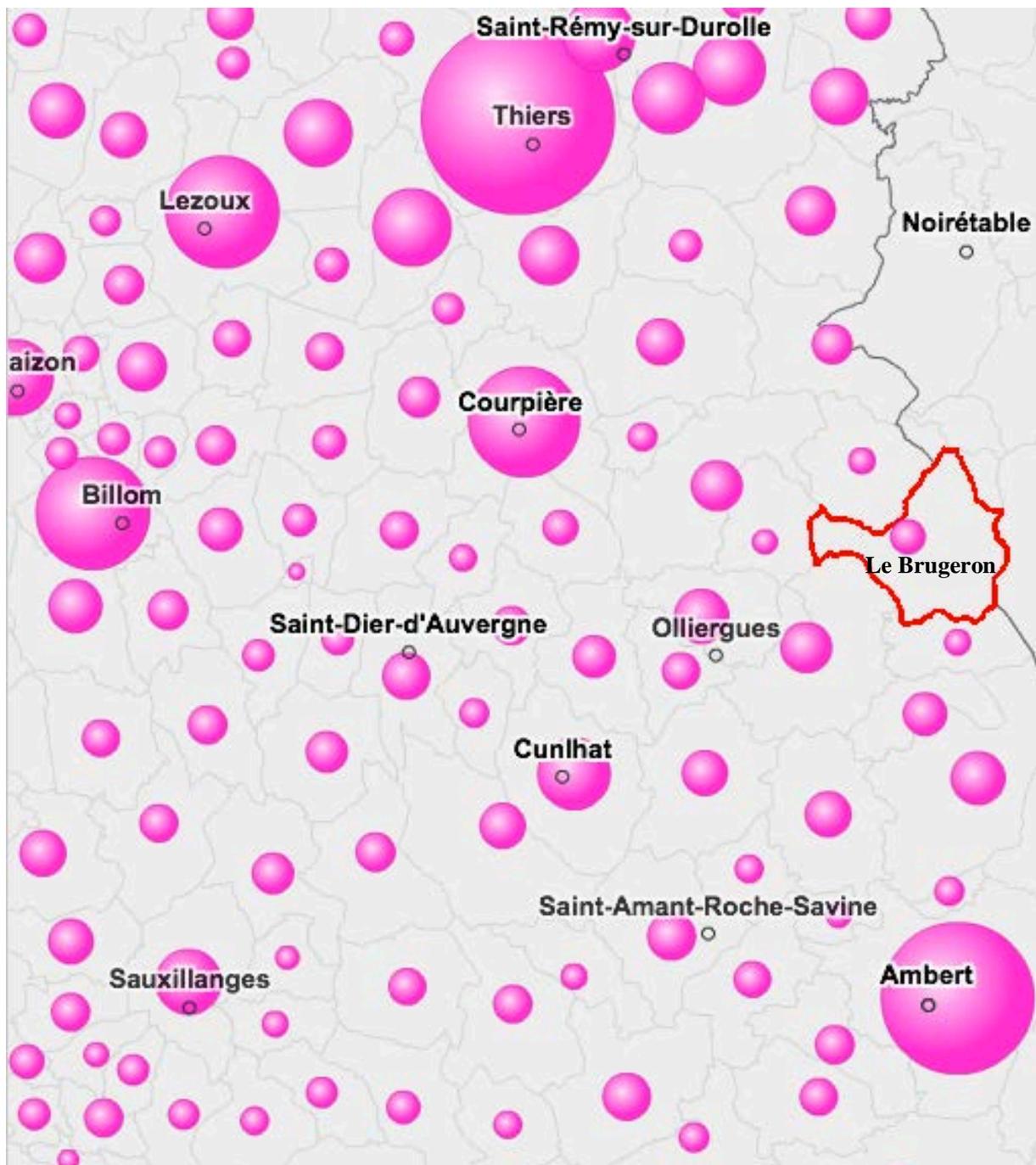
Le Brugeron compte 247 habitants en 2016, soit - 9,9% depuis 1999.

A noter que la grande majorité des habitants ont plus de 45 ans (64,6%) :

- 25% ont entre 45 et 59 ans ;
- 20,6% ont entre 60 et 74 ans ;
- 19% ont plus de 75 ans.

En outre, la majorité des habitants sont des retraités (46,3%).

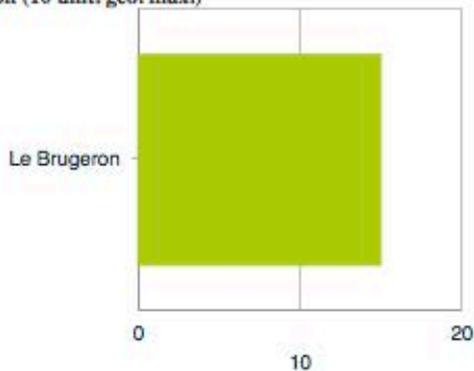
Nombre d'établissements - Le Brugeron - 2016



Etablissements - Nombre total d'établissements
Votre sélection

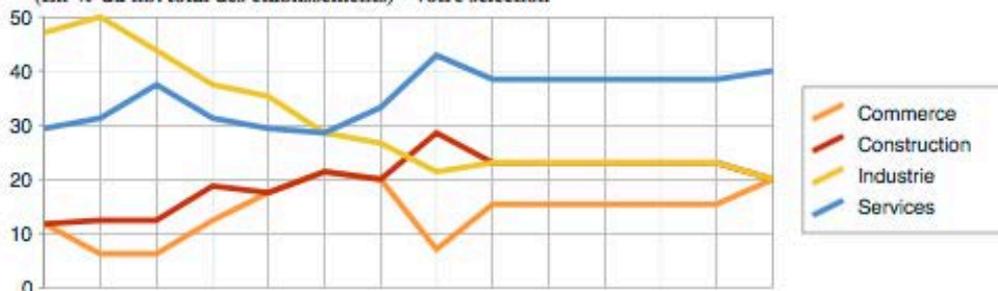
| Année | Nb. Etab. |
|-------|-----------|
| 2006 | 16 |
| 2007 | 16 |
| 2008 | 16 |
| 2009 | 17 |
| 2010 | 14 |
| 2011 | 15 |
| 2012 | 14 |
| 2013 | 13 |
| 2014 | 13 |
| 2015 | 13 |
| 2016 | 13 |
| 2017 | 13 |
| 2018 | 15 |

source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco (incl. micro-ent. depuis 2015)
Etablissements - Répartition du nb. total d'établissements
Votre sélection (10 unit. géo. max.)



source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco - 2018

Etablissements - Evolution de la répartition du nb. d'étab. par secteur d'activité
(En % du nb. total des établissements) - Votre sélection

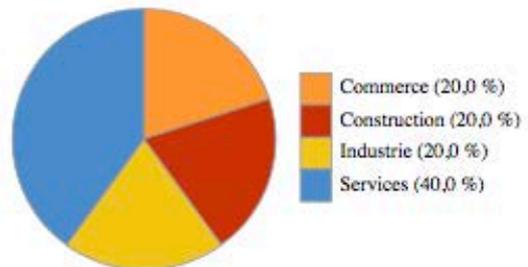


Etablissements - Evolution du nb. d'étab.
Indice base 100 en 2005



source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco
 (incl. micro-ent. depuis 2015)

Etablissements - Répartition du nb. d'étab. (%)
Votre sélection - 2018



source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco - total : 15

Emploi - Nombre total d'emplois

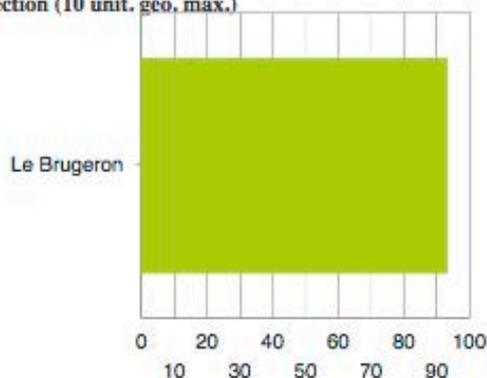
Votre sélection

| Année | Nb. Empl. |
|-------|-----------|
| 2006 | 62 |
| 2007 | 61 |
| 2008 | 67 |
| 2009 | 73 |
| 2010 | 73 |
| 2011 | 77 |
| 2012 | 77 |
| 2013 | 75 |
| 2014 | 75 |
| 2015 | 91 |
| 2016 | 91 |
| 2017 | 91 |
| 2018 | 93 |

source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco (incl. micro-ent. depuis 2015)

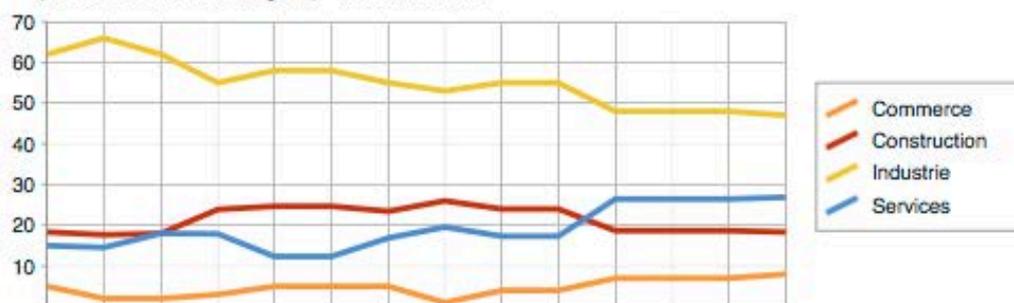
Emploi - Répartition des emplois

Votre sélection (10 unit. géo. max.)

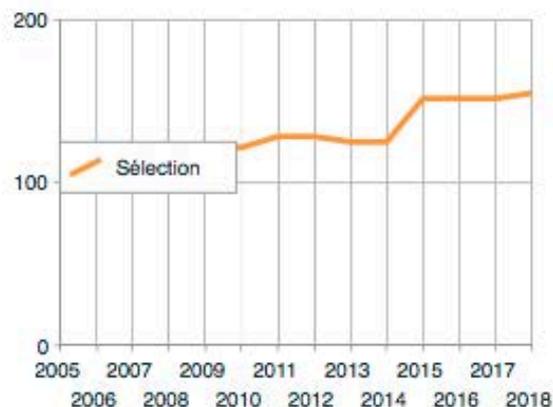


source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco - 2018

Emploi - Evolution de la répartition du nb. d'emplois par secteur d'activité (En % du nb. total d'emplois) - Votre sélection

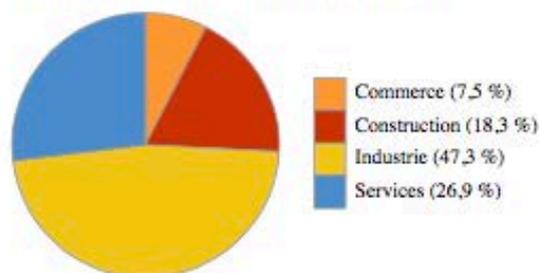


Emploi - Evolution de l'emploi total Indice base 100 en 2005



source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco (incl. micro-ent. depuis 2015)

Emploi - Répartition du nb. d'emplois par sect. d'activité (%) Votre sélection - 2018



source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco - total : 93

Etab. et Emploi - Nb. d'établissements par tranche d'emplois - Votre sélection

| indicateur | Nb. d'établissements |
|----------------------|----------------------|
| Total | 15 |
| 0 emploi | 0 |
| de 1 à 5 emplois | 12 |
| de 6 à 9 emplois | 1 |
| de 10 à 19 emplois | 1 |
| de 20 à 49 emplois | 1 |
| de 50 à 99 emplois | 0 |
| de 100 à 199 emplois | 0 |
| de 200 à 499 emplois | 0 |
| de 500 à 999 emplois | 0 |
| 1000 emplois et plus | 0 |

source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco - 2018

Etab. et Emploi - Nb. d'emplois par tranche d'emplois - Votre sélection

| indicateur | Emploi cumulé |
|----------------------|---------------|
| Total | 93 |
| 0 emploi | 0 |
| de 1 à 5 emplois | 30 |
| de 6 à 9 emplois | 7 |
| de 10 à 19 emplois | 19 |
| de 20 à 49 emplois | 37 |
| de 50 à 99 emplois | 0 |
| de 100 à 199 emplois | 0 |
| de 200 à 499 emplois | 0 |
| de 500 à 999 emplois | 0 |
| 1000 emplois et plus | 0 |

source : CCI Puy-de-Dôme - ARVICS Eco - 2018

Etab. et Emploi - Nb. d'établissements et d'emplois par activité - Votre Sélection

| Activité | Nb. d'étab. | Emploi total |
|--|-------------|--------------|
| Total | 15 | 93 |
| Commerce de détail | 2 | 6 |
| Commerce de gros | 1 | 1 |
| Construction | 3 | 17 |
| Industrie agricole | 0 | 0 |
| Collecte et traitement des déchets | 0 | 0 |
| Energie | 0 | 0 |
| Industrie automobile | 0 | 0 |
| Industrie des biens de consommation | 1 | 2 |
| Industrie des biens d'équipement | 0 | 0 |
| Industrie des biens intermédiaires | 2 | 42 |
| Industrie agroalimentaire | 0 | 0 |
| Information et communication (Industrie) | 0 | 0 |
| Activités immobilières et financières | 2 | 2 |
| Enseignement et administration | 0 | 0 |
| Hébergement - Restauration | 4 | 23 |
| Information et communication (Services) | 0 | 0 |
| Services aux particuliers | 0 | 0 |
| Services aux entreprises | 0 | 0 |
| Services aux entreprises et aux particuliers | 0 | 0 |
| Transports et logistique | 0 | 0 |

Le Brugeron compte 15 établissements et 93 emplois en 2018 :

- 40% des établissements dans le domaine des services.
- 47,3% des emplois dans l'industrie.

Soit un tissu économique très limité, composé essentiellement de PME, voire de TPE.

Les principales entreprises d'Ambert Livradois Forez en termes d'effectifs

| Structure | Activité | Commune | Effectif |
|--------------------------------|--|-------------------|----------|
| SOCIETE ANONYME SANOFI CHIMIE | Fabrication de produits pharmaceutiques de base | Vertolaye | 776 |
| SAS OMERIN SAS | Fabrication d'autres fils et câbles électroniques ou électriques | Ambert | 186 |
| SOCIETE FROMAGERE DU LIVRADOIS | Fabrication de fromage | Fournols | 100 |
| SA CONCEPT COMPOSITES AUVERGNE | Fabrication de pièces techniques en matières plastiques | Arlanc | 93 |
| SAS JOUBERT PRODUCTIONS | Fabrication d'autres textiles techniques et industriels | Ambert | 92 |
| EURL CDM INTERIM | Activités des agences de travail temporaire | Ambert | 87 |
| SAS LIVRA BOIS | Sciage et rabotage du bois, hors imprégnation | Arlanc | 69 |
| LA POSTE SA | Activités de poste dans le cadre d'une obligation de service universel | Ambert | 67 |
| H.D.COMPTE R. | Activités des sièges sociaux | Arlanc | 65 |
| SAS CSF - CARREFOUR MARKET | Supermarchés | Ambert | 56 |
| SMURFIT KAPPA DORE EMBALLAGE | Fabrication de carton ondulé | La Chapelle Agnon | 54 |

Les principales entreprises de Loire Forez Agglo en termes d'effectifs

Le territoire s'organise autour de secteurs économiques diversifiés. L'agriculture y tient une place importante avec près de 11 % des actifs. Il peut aussi compter sur un tissu industriel dynamique. L'activité commerciale tient également une place significative avec de nombreux commerces de proximité en zone urbaine et des commerces multiservices qui rythment la vie des centres-bourgs.

| Structure | Activité | Commune | Effectif |
|---------------------------------------|---|--------------------------|----------|
| SOCIETE SIGVARIS | Fabrication d'autres textiles techniques et industriels | Saint Just Saint Rambert | 539 |
| SOCIETE BECKER INDUSTRIE SAS | Fabrication de peintures, vernis, encres et mastics | Montbrison Cedex | 301 |
| STE AXALTA COATING SYSTEMS FRANCE SAS | Fabrication de peintures, vernis, encres et mastics | Savigneux | 258 |
| VERALLIA | Fabrication de verre creux | Saint Romain Le Puy | 219 |
| SOCIETE THERMAL CERAMICS DE France | Fabrication d'autres produits minéraux non métalliques n.c.a. | Saint Marcellin En Forez | 179 |
| SOCIETE OSSABOIS | Fabrication de charpentes et d'autres menuiseries | Saint Julien La Vetre | 159 |
| SOCIETE FOREZ NETTOYAGE | Autres activités de nettoyage des bâtiments et nettoyage industriel | Montbrison | 134 |
| SOCIETE SNEP | Décolletage | Montbrison | 133 |
| SOCIETE CARPOSTAL LOIRE | Transports routiers régulier de voyageurs | Montverdun | 130 |
| SUPER U | Hypermarché | Savigneux | 123 |
| SOCIETE LA BOULE OBUT | Fabrication d'articles de sport | Saint Bonnet Le Chateau | 100 |

Ainsi, la bonne dimension territoriale en matière de tissu économique est celle de la Communauté de communes Ambert Livradois Forez, complétée par les entreprises installées dans la Vallée de la Dore, côté Puy-de-Dôme. Sans oublier le versant altiligérien, côté Plaine du Forez, avec Montbrison d'une part et l'agglomération stéphanoise, plus éloignée, d'autre part.

A noter particulièrement en grande proximité, l'importance de la société chimique SANOFI, qui est de très loin le plus gros employeur du territoire, suivie de quelques belles PME industrielles dans le domaine du câble et de la tresse, de la transformation des bois et de la fabrication de carton. Sans oublier les activités agroalimentaires ou de services.

Ce sont autant de potentiels de marché de très grande proximité susceptibles d'organiser des réunions ou des séminaires au Brugeron.

125 – Bilan touristique du territoire



Le tourisme est une activité économique importante pour le territoire, notamment en termes de création d'emplois. Longtemps porté par le moulin Richard de Bas, qui est encore l'un des principaux sites touristiques, Ambert Livradois Forez compte aujourd'hui des activités touristiques diversifiées : musées, offres de loisirs, activités de pleine nature, etc.

La communauté de communes Ambert Livradois Forez fait partie de l'Auvergne, l'une des destinations nature prisée par la clientèle française ainsi que du Parc naturel régional Livradois Forez qui permet d'identifier le territoire comme un espace préservé et authentique puisque seul 10% du territoire français est labélisé PNR. Ambert Livradois Forez est l'un des 21 territoires reconnus « **Territoire d'excellence pleine nature** » par la région Auvergne-Rhône-Alpes.

Ambert Livradois Forez présente ainsi un territoire de moyenne montagne avec deux massifs : le Livradois et le Forez qui culmine à 1 634 mètres. Ce territoire est particulièrement propice aux activités de pleine nature en toutes saisons (ski, randonnée, vélo, VTT, train touristique, golf, etc.).

Espace Nordique :

En hiver, ce sont de grands espaces sur les Crêtes du Forez qui s'habillent de leur manteau blanc, et permettent la pratique du ski de fond, de la raquette à neige ou du Snow-Kite.

Un espace nordique, situé entre 1 196m et 1 425 m accessible depuis le Col des Pradeaux, Prabouré, le Col des Supeyres ou le Col du Béal, propose un ensemble de pistes balisées et sécurisées (accès payant), ainsi que de la location de matériel.

Espace VTT-FFC :

Le territoire bénéficie d'un réseau de 30 circuits VTT labellisé par la Fédération Française de Cyclisme, répartis entre la vallée de la Dore (Ambert/Marsac en Livradois) la vallée de l'Ance (St-Anthème/Viverols), et les montagnes du Forez et du Livradois.

Au delà de la pratique du VTT ou des activités nordiques, le territoire compte une **offre diversifiée** :

- De nombreux sentiers de randonnées pédestres
- Balades accompagnées
- Le parc d'activités de montagne de Prabouré été/hiver
- Golf de Cunlhat
- Forêt de l'aventure à Cunlhat
- Randonnée équestre
- Activités aériennes (Montgolfière, ULM, etc.)
- Pêche
- Vélorail d'Ambert
- Gyropode les Sentiers du Forez.

Ambert Livradois Forez a également une histoire, encore aujourd'hui très prégnante et qui représente une activité touristique riche : **le papier (le moulin Richard de Bas), la Fourme d'Ambert, la tresse, etc.**

La communauté de communes a l'ambition de développer l'offre touristique de son territoire et notamment sa capacité d'hébergement. Fort de 400 hébergeurs environ et de plus de 5 500 lits touristiques, l'offre d'hébergement est importante mais a besoin de renouvellement. La communauté de communes s'est fixée comme objectif de favoriser la création ou la rénovation de 950 lits sur les prochaines années.

Les grands projets :

- La Communauté de communes porte un projet sur le site du col des Pradeaux avec des aménagements extérieurs et la rénovation du gîte d'étape.
- Un espace « Traces de trail » au niveau du Massif du Forez : plusieurs circuits de trail permanents seront proposés ainsi que des services au départ d'Ambert, de Chalmazel, d'Usson-en-Forez ou du col de la Loge
- Une étude marketing est en cours de définition pour réunir différents acteurs (Communautés de communes, Offices de tourisme) autour de la promotion de la « Destination Forez ».

Quelques grands sites touristiques



Au cœur du Parc Naturel Régional Livradois-Forez, la **station de pleine nature Ambert-Crêtes du Forez** est le terrain de jeu idéal pour les activités estivales. Entre une biodiversité exceptionnelle, des panoramas sur les massifs alpins et auvergnats, les amoureux de la nature, les sportifs et les familles, pourront s'évader, se ressourcer et décompresser grâce à la diversité des activités proposées.

La station offre plus de 700 km de pistes VTT balisées, des accompagnements, des stages de perfectionnement et la location de matériel. La **station de Prabouré** fait frissonner les plus aventuriers avec sa tyrolienne : survol de la Vallée de l'Ance suspendu à plus de 100 m de haut ! Les randonneurs s'évaderont entre les Monts du Livradois et du Forez, découvriront les richesses du patrimoine bâti et pourront s'immerger dans une nature luxuriante avec des paysages à couper le souffle. En famille, entre amis, sportifs inconditionnels ou simples amateurs de sensations, la diversité des terrains et des activités permettent à tous de se détendre.

Ambert Crêtes du Forez, c'est également un espace d'activités de pleine nature hivernales. Une fois recouvert de son majestueux manteau blanc, les sentiers de VTT et de randonnées pédestres se transforment en pistes de ski de fond et de balades en raquettes. La station de Prabouré devient une station alpine familiale, pour le plaisir des petits et des grands.

Les Hautes Chaumes constituent un site naturel classé, formé de vastes plateaux d'altitude vallonnés qui s'étendent au-delà de 1400 m d'altitude, sur la partie sommitale des monts du Forez. Point de départ idéal pour de nombreuses randonnées. Cet espace a longtemps été occupé par les hommes avec les Jasseries, nécessaire à la fourme de Montbrison. Riche diversité de faune et de flore : tourbières, paysage de landes et de pelouses d'altitude, airelles-myrtilles, droséra...



Les hautes Chaumes sont classées comme zone naturelle d'intérêt écologique, faunistique et floristique et comme site Natura 2000.



Au cœur des monts du Forez, la **station du col de la Loge** invite à la découverte des grands espaces.

Le col de la Loge est situé à l'extrémité nord des Hautes Chaumes du Forez. Ce site naturel classé, Natura 2000, présente de vastes plateaux d'altitude, reconnus pour la richesse de leur faune et de leur flore : tourbières, landes et pelouses d'altitude, aires myrtilles, droséra...

Été comme hiver, la station du col de la Loge propose différentes activités sportives et de loisirs.

L'hiver : pistes de ski de fond ou de raquettes ; balade en chiens de traîneau ; pistes de luge sécurisées.

L'été, le col de la Loge est aussi le lieu idéal pour échapper aux fortes chaleurs estivales et profiter d'un grand bol d'air pur. De nombreux itinéraires de randonnée pédestre, dont le GR®3, le premier itinéraire de grande randonnée balisé en France. A pied, à VTT, en gyropodes ou avec des chiens de traîneau, possibilité d'explorer les sentiers qui sillonnent ce site naturel remarquable. Et pour un moment de détente en famille : aire de jeux, où toboggan, balançoire et mini-tyrolienne attendent les enfants.



Chalmazel-Jeansanière est un village de la Loire de moins de 500 habitants. Il est connu pour son château du XIIIe, son charme bucolique, ses habitants authentiques mais aussi pour sa station de sports d'hiver de moyenne montagne.

À seulement une heure de Saint-Étienne et Roanne, la station propose une offre de neige complète : plaisir de glisse, initiation et perfectionnement au ski, sensations fortes, balades, détente...

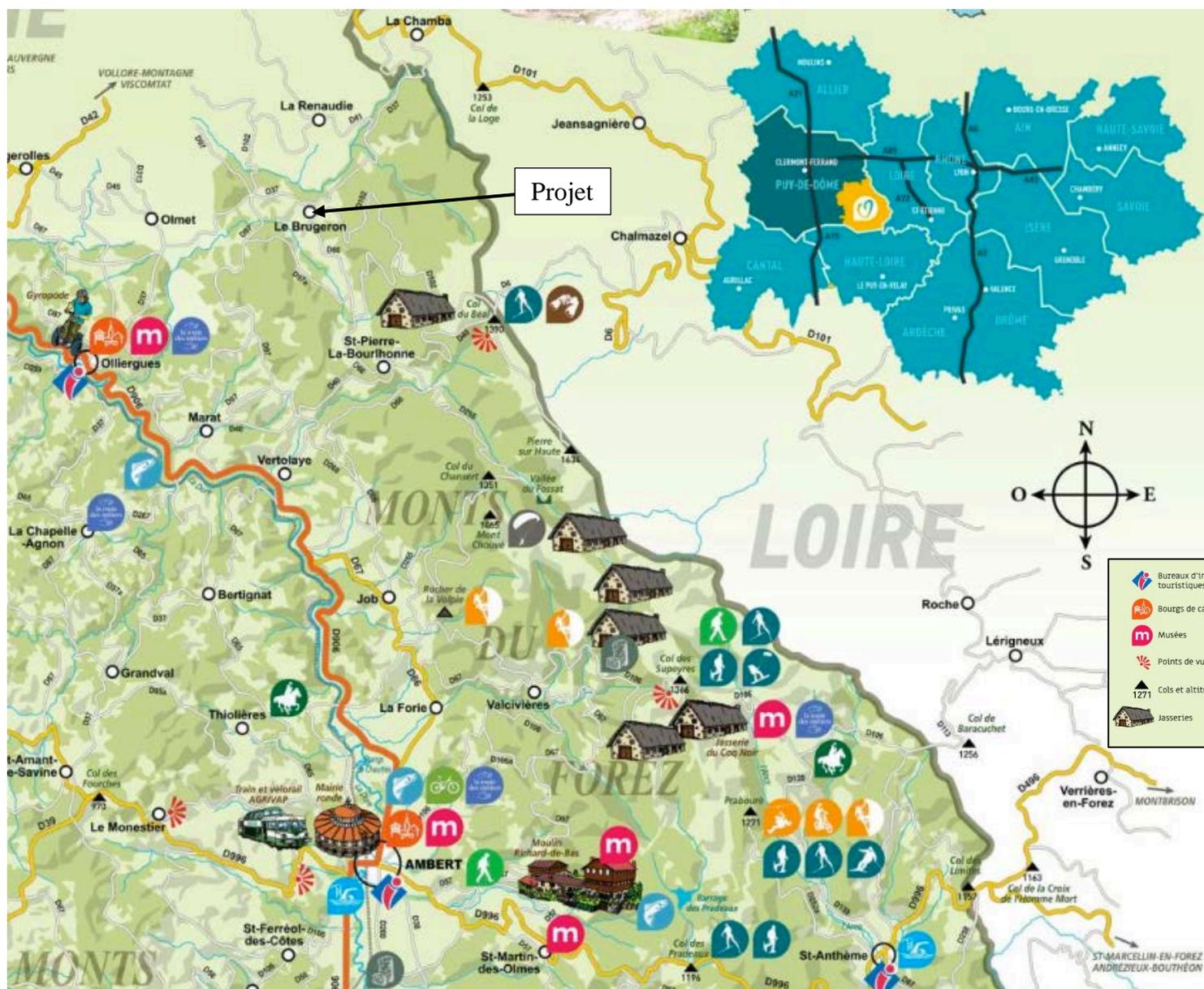
➤ Focus sur le projet de développement de la **station Chalmazel-Jeansagnière**

Chalmazel-Jeansagnière est une station de moyenne montagne, propriété du Conseil Départemental de la Loire qui attire principalement une clientèle journalière. Le Département en partenariat avec Loire Forez Agglomération et la commune réfléchit à transformer la station pour faire face l'hiver à la problématique de la neige, pour développer un tourisme de 4 saisons et attirer une clientèle en séjour. A cette fin, un projet d'envergure est en cours de définition pour transformer en profondeur la station à travers un plan pluriannuel d'investissements sur 10 ans.

L'objectif principal de ce projet est de diversifier l'offre de loisirs et d'améliorer l'offre de service sur place. Au-delà de la diversification des activités pour un tourisme de 4 saisons, un **déficit d'hébergements touristiques marchands** a été relevé comme un frein pour le développement de la station. Suite à un appel à projet lancé par le Département pour la création d'immobiliers locatifs et de loisirs, un porteur de projet a été retenu. Le **projet porte sur 502 lits dont 358 lits en locatifs**. Les clientèles visées sont multiples et les types d'hébergements proposés adaptés aux profils : individuels, familles, groupes scolaires, groupes d'adultes.

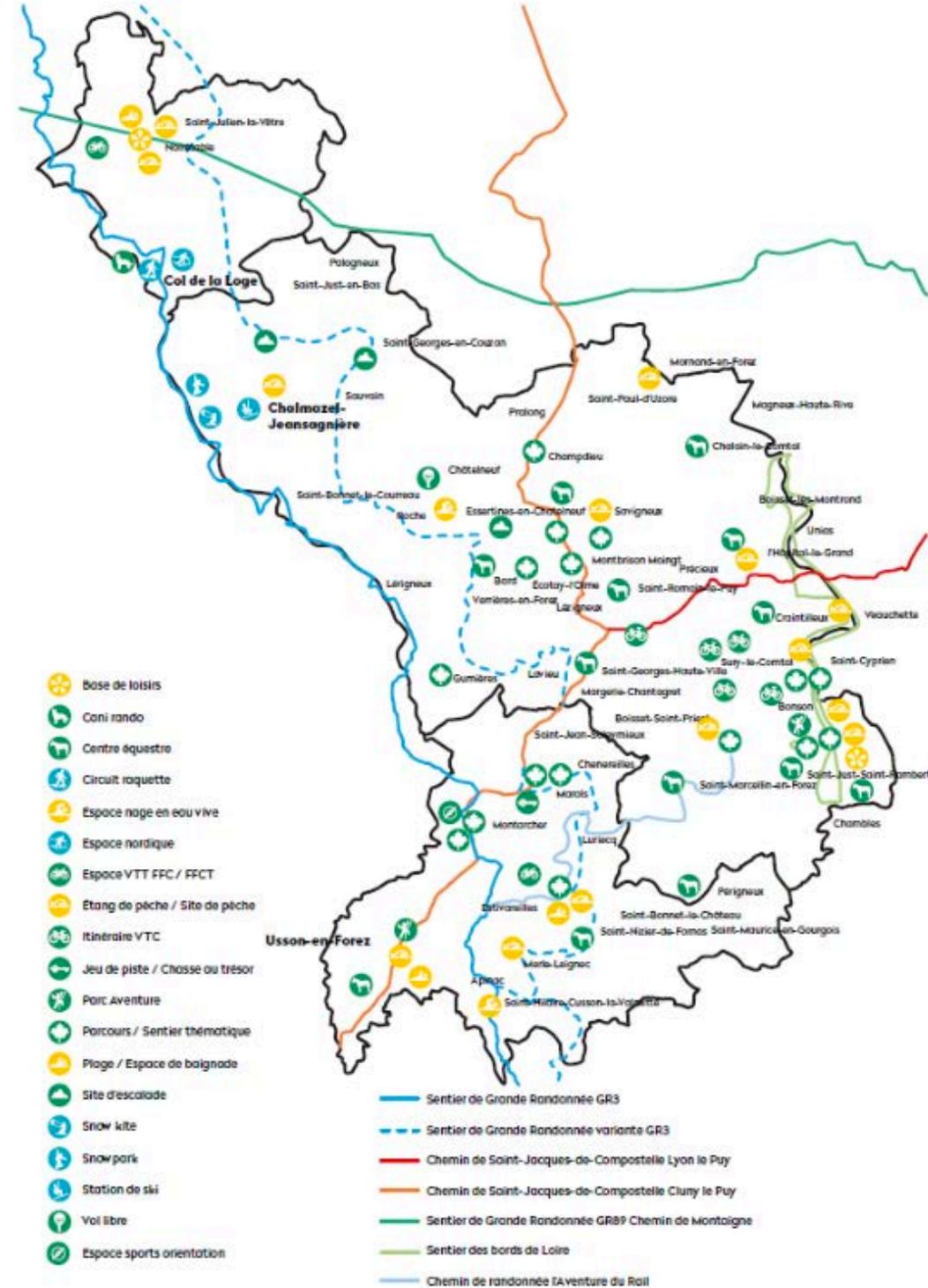
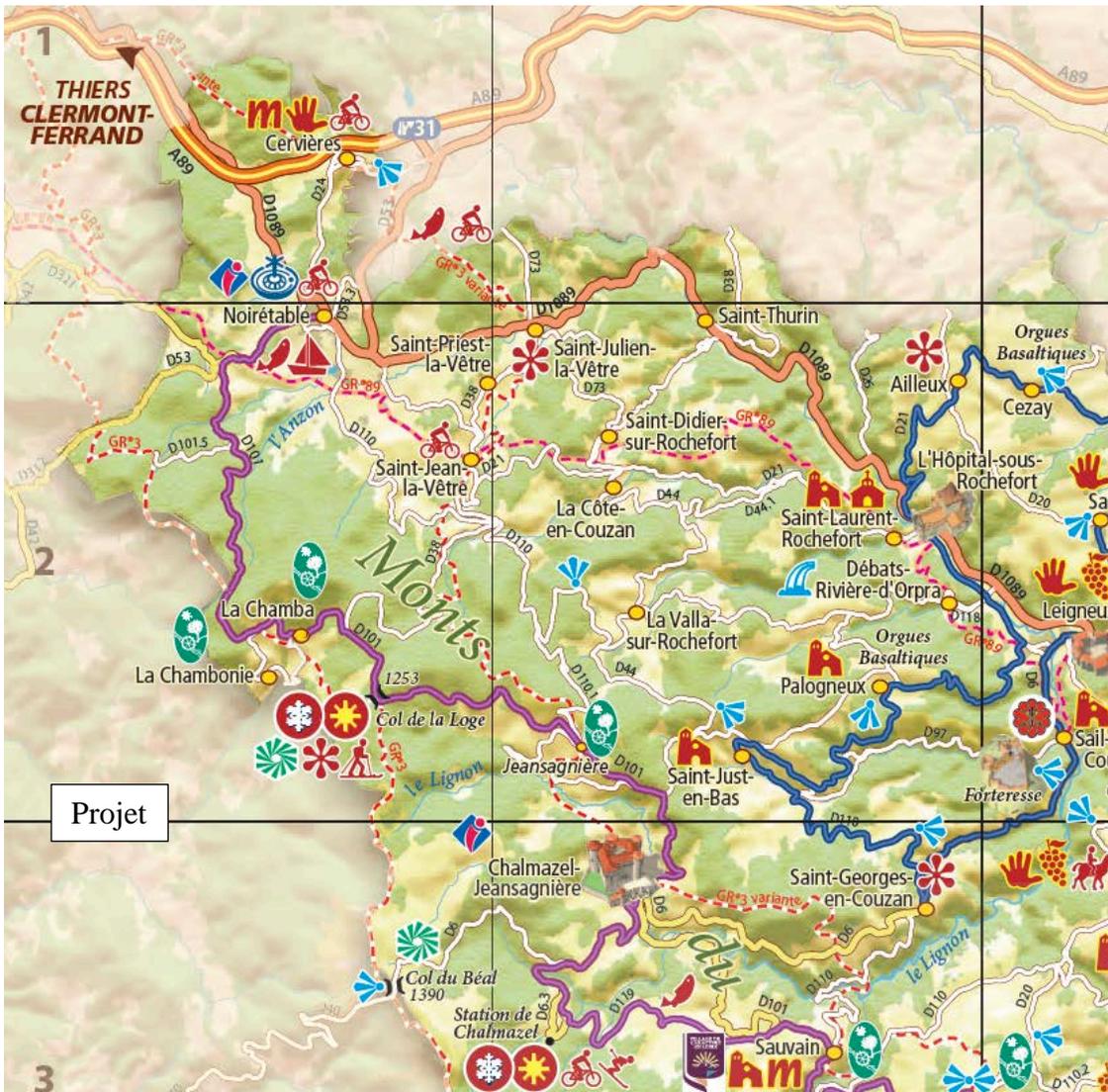


Carte touristique du territoire d'Amber Livradois Forez



| | | | |
|-------------------------------------|------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| Bureaux d'Informations touristiques | Artisans | Tyroliennes | Location VTC électriques |
| Bourgs de caractère | Route des métiers | Trottinettes de descente | Centre VTT |
| Musées | Producteurs fromagers | Rando raquettes | Centres équestres |
| Points de vue | Piscines / Plans d'eau | Pistes ski de fond | Parapente |
| 1271 Col et altitudes | Pêche | Pistes ski de descente | Montgolfière |
| Jasseries | Sentiers thématiques | Snowkite | Observatoire du Col du Béal |
| | Spots d'escalade | | |

Cartes touristiques du territoire de Loire Forez Agglo



Le Forez, un territoire des 4 saisons, où le cadre de vie est principalement naturel. Avec la nature, pour des moments de sérénité ou d'effort ; avec les figures locales autour de rencontres sincères et conviviales ; entre amis, en famille ou simplement pour se retrouver, Loire Forez fait revenir à l'essentiel.

Le positionnement touristique capitalise sur les richesses naturelle et patrimoniale du territoire. Il est orienté vers un tourisme nature et culturel, quatre saisons, accessible à tous, à proximité de grandes aires urbaines (Lyon, Saint-Etienne, Clermont-Ferrand).

L'offre saillante du territoire s'appuie essentiellement sur :

- Un patrimoine bâti culturel et historique (territoire labellisé Pays d'Art et d'Histoire) ;
- Des savoir-faire ;
- Une gastronomie axée sur des produits du terroir : la fourme AOP de Montbrison, le vin des côtes du Forez (AOP), la charcuterie et le chocolat ;
- Les activités et sports de nature : ski nordique et alpin, raquettes, le VTT, le trail, le cyclotourisme... ;
- La randonnée et l'itinérance : de nombreux PR et surtout des GR : le GR3 des Monts du Forez, le Saint-Jacques-de-Compostelle (GR 765) et le Chemin de Montaigne (GR 89) ;
- L'évènementiel en lien avec les thématiques précédentes, ainsi que des spectacles et divertissements qui rythment l'année.

Fort de son potentiel naturel et de son positionnement, le territoire a reçu le soutien du partenariat Massif Central en étant reconnu Pôle de pleine nature en 2016. Depuis, il développe une forte complémentarité avec le Pôle de pleine nature « Ambert - Crêtes du Forez » sur le versant Puy-de-Dôme.

Sur les Monts du Forez, trois sites majeurs ont été identifiés pour le développement de la pratique d'activités de pleine nature : le Col de la Loge, Chalmazel-Jeansagnière et Usson-en-Forez. Ces 3 sites présentent chacun une thématique propre et complémentaire. A l'échelle du Massif du Forez, ces trois portes thématiques font écho à celles du Pôle nature Ambert Crêtes du Forez : Col des Supeyres, Col des Pradeaux et station de Prabouré.

Les incontournables du Forez :

▪ Les gorges de la Loire

Le fleuve Loire est le dernier fleuve sauvage en France. Depuis sa source au Mont Gerbier de Jonc en Ardèche à son estuaire à Nantes en Loire-Atlantique, le fleuve offre une succession de paysages naturels exceptionnels. Avant de parcourir la plaine, son lit d'installe dans les méandres des Gorges de la Loire entre Saint-Paul-en-Cornillon et Chambles.



Le château d'Essalois à Chamble offre un panorama spectaculaire sur les Gorges de la Loire et sur le barrage EDF de Grangent.

▪ La verrerie de St Just

On connaît en France un savoir-faire particulier autour du verre. Mais il n'y a qu'à Saint-Just où l'on perpétue un savoir-faire ancestral. Il y a aussi de nombreux artisans souffleurs de verre, mais il n'y a qu'à Saint-Just où les verriers soufflent des masses de 8 kg de verre. Ils soufflent du verre plat utilisé pour le vitrage et le revêtement mural. Leur savoir-faire est connu et reconnu dans le monde entier et leur verre utilisé sur les plus grands chantiers de restauration (Le château de Versailles, la Maison Blanche, la Villa Médicis...).



▪ La boule Obut

A Saint-Bonnet-le-Château se trouve l'usine et le musée de la fameuse boule de pétanque. Encore aujourd'hui, Obut se démarque sur le marché de la boule de pétanque en étant leader mondial. L'entreprise, toujours familiale, conçoit aussi bien des boules de loisirs que des boules destinées aux concours. Elle se développe en proposant notamment des gammes personnalisables.

- **Le château de la Bâtie d'Urfé**

Propriété aujourd'hui du conseil départemental de la Loire, le château se situe à Saint-Etienne-le-Molard.

Il a fait l'objet de nombreux travaux de restauration et est ouvert à la visite. Outre les pièces intérieures reconstituées dans l'esprit du 16ème siècle, le trésor de la bâtie d'Urfé se trouve en amont de l'entrée de la chapelle : la salle des rocailles. Seul exemple encore visible en France de cette architecture italienne. C'est un émerveillement garanti pour les visiteurs.



- **Les dykes volcaniques**

La Plaine du Forez est née d'un d'effondrement, il y a environ 35 millions d'années, lorsque la chaîne des Alpes s'est élevée. La formation des failles dans les profondeurs du sol a engendré des remontées de lave, créant ainsi des pitons volcaniques appelés également « dikes ».

Cette pierre volcanique qui les constitue est appelée « basalte ». On en trouve divers exemples sur le territoire : à Saint-Romain-le-Puy, Montverdun, Champdieu, Marcilly-le-Châtel, Montbrison ou Montsupt à Saint-Georges-Haute-Ville, mais également au sommet des Monts du Forez : la Pierre Basanne, et encore bien d'autres

Les activités de pleine nature pouvant être pratiquées sur place, au village-vacances

- randonnée pédestre
- découverte de la faune et de la flore
- randonnée VTT
- course d'orientation
- gyropodes
- carabines laser

Les activités de pleine nature à proximité du village-vacances

- pêche
- accrobranche
- parapente
- cerf-volant
- stand up paddle
- vol libre
- escalade et via ferrata
- golf



VTT



Golf



Randonnée



Gyropode

Les activités de pleine nature pouvant être pratiquées sur place, au village-vacances en hiver

- Raquettes
- Luge

Les activités de pleine nature à proximité du village-vacances en hiver

- ski de piste
- ski de fond
- chiens de traîneaux
- snowkite



Ski de piste



Chiens de traîneau



Raquettes



Snowkite

Les activités culturelles à proximité du village-vacances

- dégustations de produits naturels et de terroir
- visites culturelles
- animations veillées



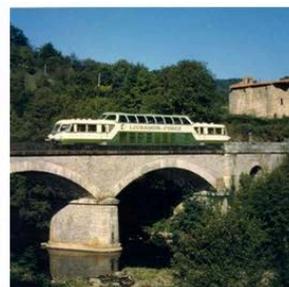
Festivals



Marchés



Musés et traditions



Train touristique et patrimoine

Les partenaires du village-vacances



Communauté de communes
Ambert Livradois Forez



Parc du Livradois Forez



Communauté de communes
Thiers Dore et Montagne



visitez
Station de montagne de
CHALMAZEL
ski-vtt



visitez
Accompagnateurs
Moyenne Montagne



visitez
VTT et Trottinette



visitez
Grimpe dans les arbres



visitez
Greg FAYARD
École de pilotage Moto



visitez
Le boutavan
Jeux en bois et animation



visitez
Nadine Denis Izgiss
Gyropodes et VTT électriques

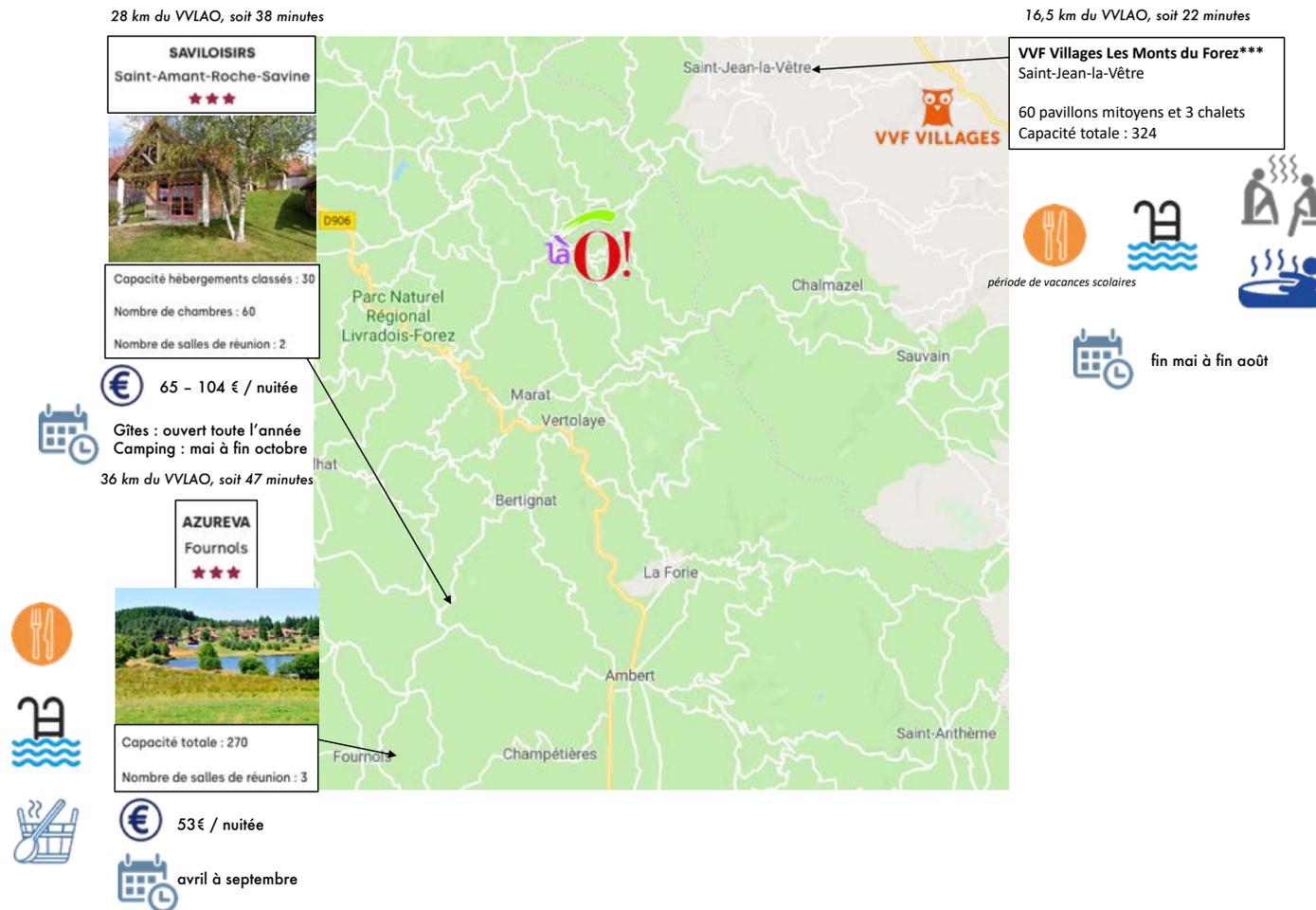


visitez
Golf de Cunhat

126 - Analyse de la concurrence

Pour l'étude de la concurrence, une zone de chalandise de 25 minutes du VVLAO a été définie, excepté pour les villages de vacances (jusqu'à 50 minutes).

Les villages de vacances

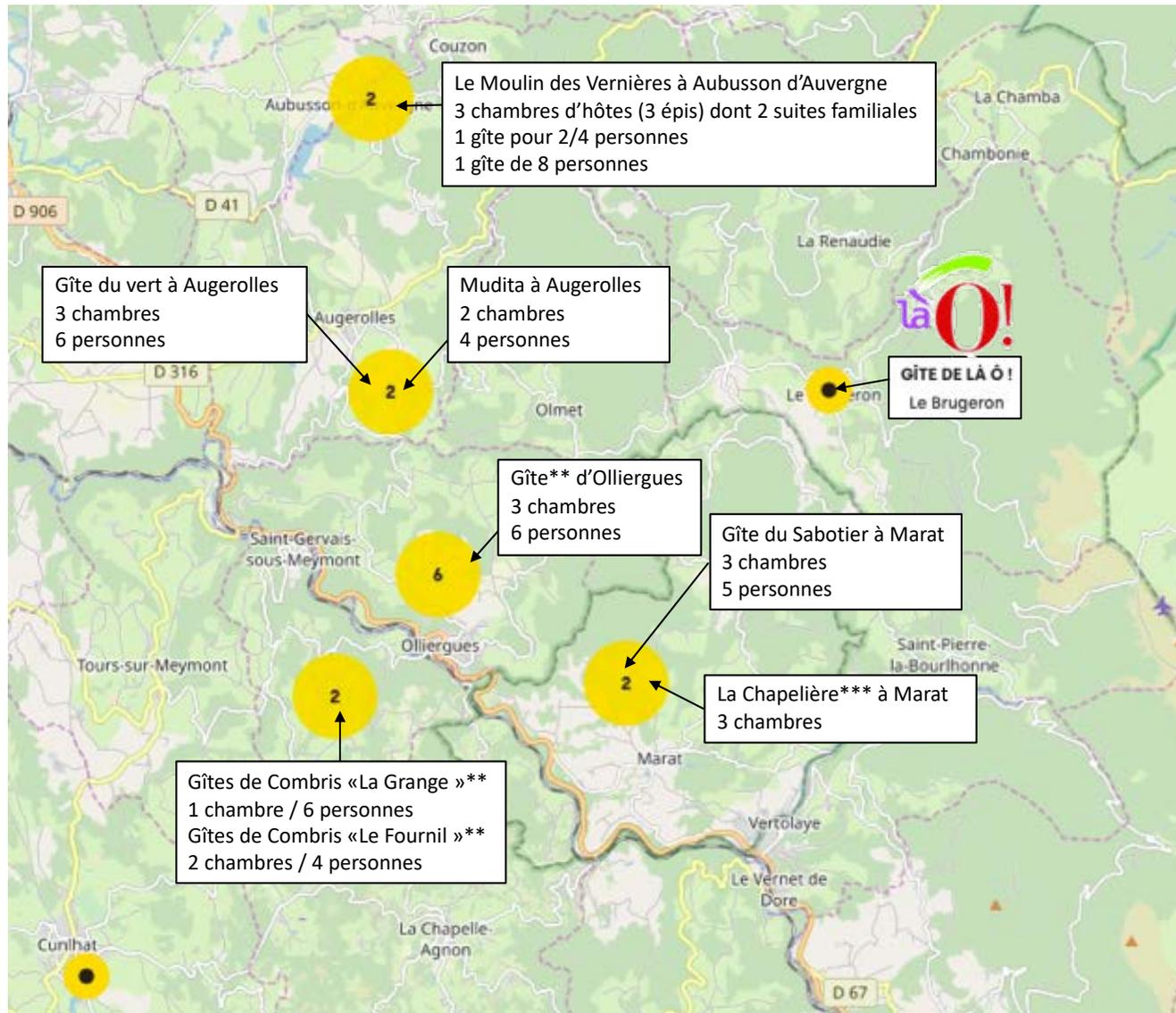


Les villages de vacances

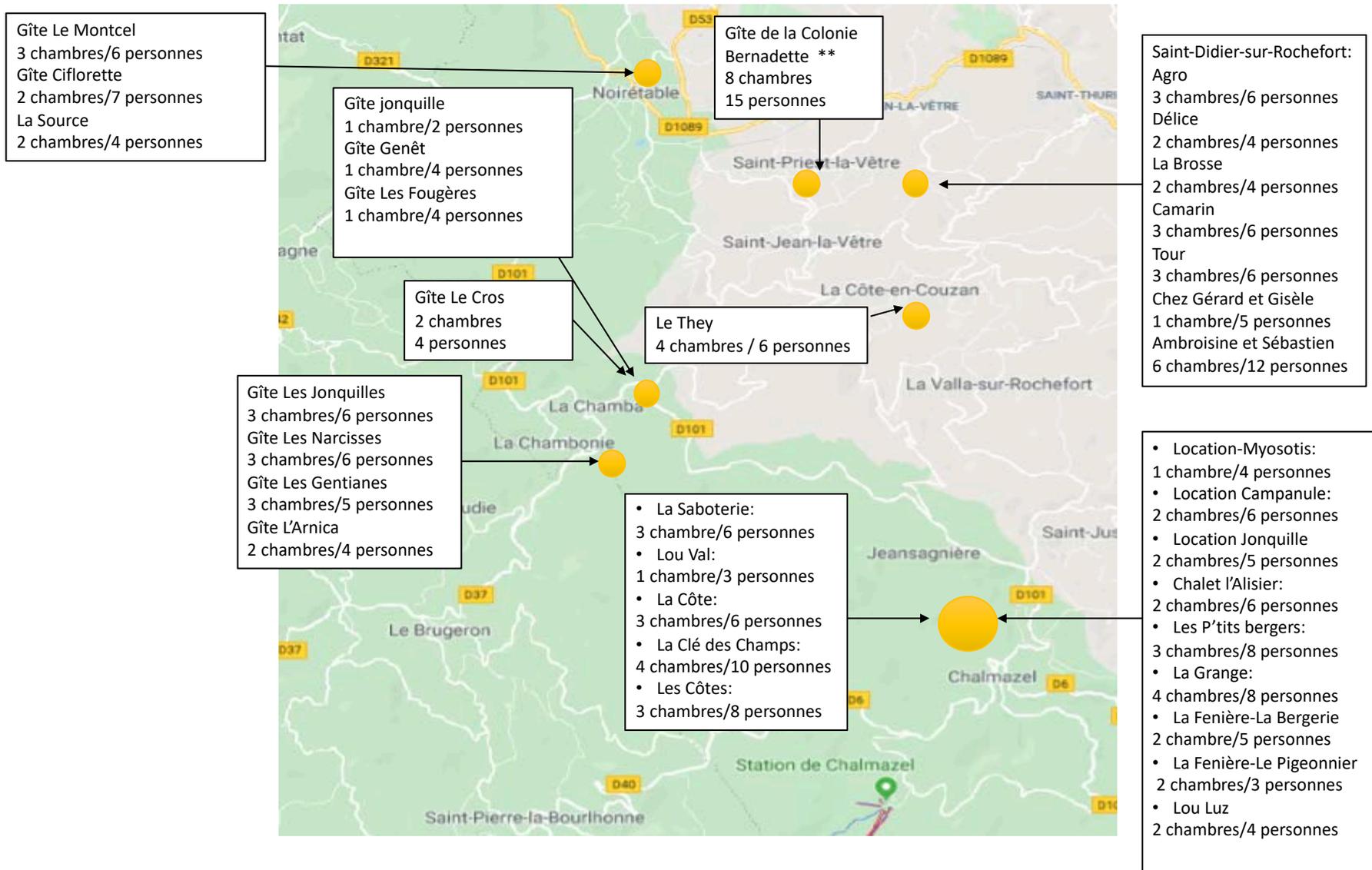
| Nom | Adresse | Classement | Capacité | Prix de la chambre | Restaurant | Services | Ouverture | Public accueilli |
|---------------------------------------|---|------------|---|---|---|--|---|--|
| VVF Villages Les Monts du Forez | Ventuel, 42440 Saint- Jean-la-Vêtre | *** | 324 lits | NC | En période de vacances scolaires Dîner terroir ou festif une fois par semaine en été | Bibliothèque Terrain de badminton Tennis de table Terrain de basketball Slackline Salle de télévision Château gonflable Piscine avec bassin pour enfants Hammam Bain bouillonnant Salle de remise en forme | Fin mai à fin août | Clientèle familiale en vacances scolaires Groupes et regroupements familiaux le week-end, hors vacances scolaires |
| Azureva | Le Moulin Rouge, 63980 Fournols | *** | 72 chambres Capacité total : 270 personnes | Nuitée : 53 - 164 € DP à partir de 294 € | 3 salles de plain-pied. 260 couverts. Self-service et buffets. Repas à thème (buffet auvergnat, fondue à la fourme...) 1 soir de la semaine et animation pour les enfants (en période de vacances scolaires) | Piscine couverte et chauffée Salle de musculation Sauna Courts de tennis Bibliothèque Salle plénière (jusqu'à 300 personnes) 2 salles de séminaires (vingtaine de personnes) | Avril à septembre | Clientèle familiale Groupes et associations Clientèle professionnelle |
| Saviloisirs | 7 Place de la Liberté, 63890 Saint- Amant-Roche- Savine | *** | 60 chambres | 65 à 104€ | / | Salle d'activités culturelles (jusqu'à 90 personnes) Salle de rencontre (jusqu'à 40 personnes) Une résidence d'artistes (salle de spectacle avec studio et loge) | Toute l'année Le camping est ouvert de mai à fin octobre | Groupes, familles ou amis, de 8 à 80 personnes. |

A proximité du Brugeron, trois villages de vacances *** sont recensés, avec une capacité moyenne de 152 lits et un tarif moyen de 69 € la nuitée. Sur ces trois villages de vacances, deux d'entre eux proposent une offre de restauration, dont un avec une ouverture uniquement pendant les vacances scolaires (le VVF).

Les meublés et gîtes sur le territoire d'Ambert Livradois Forez (jusqu'à 25 minutes du site du projet)



Les meublés et gîtes sur le territoire de Loire Forez Agglo (jusqu'à 25 minutes du site du projet)



Les meublés et gîtes sur le territoire d'Ambert Livradois Forez (jusqu'à 25 minutes du site du projet)

| Nom | Adresse | Classement | Labels / certifications | Nbre de couchages | Tarifs | Tarifs | Restauration | Equipements et services | Ouverture |
|--|---|------------|---------------------------------------|-------------------|------------|------------|--------------|--|----------------------------|
| | | | | | Semaine | Week-end | | | |
| Le Moulin des Vernières | Lieu-dit, La Vernière, 63120 Aubusson-d'Auvergne | 3 épis | Gîtes de France; Europarc Federation; | 12 | 665 à 715€ | 145 à 260€ | Non | Piscine Lave linge, lave vaisselle, micro-onde, réfrigérateur, plaques électriques halogène, four électrique, hotte aspirante, aspirateur, bouilloire, grille pains,télévision, accès Internet en CPL | Toute l'année |
| Gîte du vert | Lieu-dit Le Vert, 63930 Augerolles | 3 épis | Gîtes de France | 6 | 485 à 645€ | / | Non | vaste salle de séjour avec poêle, bois gratuit, cuisine ouverte, buanderie,wc indépendant; fourni un couchage lit bébé, une chaise haute et une baignoire enfant | Du 6 avril au 11 novembre |
| Mudita | La Bigonie, 63930 Augerolles | 3 épis | Gîtes de France | 4 | 485 à 645€ | 80 € | Non | Wifi-Internet; Location draps; Ménage en option; Lave-vaisselle; Lave-linge; Télévision | Toute l'année |
| Gîtes de Combris "La Grange" et "Le Fournil" | Combris, Combris 63880 Saint-Gervais-sous-Meymont | / | / | 10 | 300 à 398€ | / | Non | / | Du 01/02 au 30/10 |
| Gîte d'Olliergues | Rue du château, 63880 Olliergues | / | / | 6 | 320 € | 140 € | Non | lave-linge; micro-ondes; matériel de repassage; terrasse; parking; | Toute l'année |
| Gîte du Sabotier | La Sauvedie, 63480 Marat | / | / | 5 | 280 à 320€ | / | Non | Salon de jardin, parasol, barbecue | Du 01/04 au 30/10 |
| La Chapelière | Le Bouchet, 63480 Marat | / | / | 5 | 320 à 370€ | / | Non | | Toute l'année sauf 15 août |

Sur le territoire d'ALF, 7 gîtes sont recensés dont 3 gîtes 3 épis, avec une capacité moyenne de 7 couchages et un tarif moyen de 448 € / semaine. Seul un gîte est équipé d'une piscine.

Les meublés et gîtes sur le territoire de Loire Forez Agglo (jusqu'à 25 minutes du site du projet)

| Nom | Adresse | Classement | Labels / certifications | Nbre de couchages | Tarifs | Tarifs | Restauration | Equipements et services |
|-------------------------------|--|------------|---|-------------------|-------------|------------|------------------------------------|--|
| | | | | | Semaine | Week-end | | |
| Location Jonquille | 5896 route des pistes Bois de Couzan est Chalmazel, 42920 Chalmazel - Jeansagnière | 3 clés | Clés Vacances | 6 | 215 à 840€ | 235 à 240€ | Non | |
| Location Campanule | 5896 route des pistes Bois de Couzan est Chalmazel, 42920 Chalmazel - Jeansagnière | 3 clés | Clés Vacances | 6 | 260 à 790€ | 215 à 225€ | Non | Local à skis |
| Chalet l'Alisier | Juel, Chalmazel, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | 3 clés | Clés Vacances | 6 | 350 à 530€ | 180 à 200€ | Non | |
| Location Myosotis | 5896 route des pistes Bois de Couzan est Chalmazel, 42920 Chalmazel - Jeansagnière | 3 clés | Clés Vacances | 4 | 200 à 525€ | 165 à 170€ | Non | terrain de tennis |
| Gîte de la Colonie Bernadette | Le Bourg, 42440 Saint-Priest-la-Vêtre | 3 épis | / | 15 | 800 € | 400 € | Non. Cuisine équipée à disposition | Forfait ménage inclus; Forfait location de draps et linge toilette : 5 €/pers. |
| La Clé des Champs | 987 route de Dinimasse, Dinimasse, 49920 Chalmazel-Jeansagnière | 3 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 10 | 550 à 950€ | 552 à 600€ | Non | |
| La Grange | 1043 route de Diminasse, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | 3 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 8 | 470 à 750 € | 370 à 430€ | Non | |
| La Saboterie | 167 route de la Combe, 42920 Chalmazel)Jeansagnière | 3 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige / Gîtes de pêche / Ecogite | 6 | 285 à 395€ | 190 à 220€ | Non | |
| Agro | La Garde, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | 3 épis | Gîtes de France | 6 | 240 à 480€ | / | Non | |

| | | | | | | | | |
|-------------------------|--|--------|----------------------------------|----|------------|------------|-----|--|
| Délice | La Garde, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | 3 épis | Gîtes de France | 4 | 190 à 380€ | / | Non | |
| Lou Luz | Le bourg, rue de la cime, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | 2 clés | Clés Vacances | 4 | 320 à 620€ | / | Non | |
| Lou Val | Le bourg, rue de la cime, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | 2 clés | Clés Vacances | 3 | 300 à 520€ | / | Non | |
| Ambroisine et Sébastien | La Brosse, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 12 | 520 à 950€ | 480 à 600€ | Non | |
| Les Côtes | 106 chemin du Sagnasson, 49920 Chalmazel-Jeansagnière | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 8 | 500 à 660€ | 500 à 550€ | Non | |
| Le They | Le They, 42111 La-Côte-en-Couzan | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 6 | 270 à 420€ | / | Non | |
| Les Narcisses | Le Bourg, 42440 La Chambonie | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 6 | 290 à 350€ | 190 € | Non | Parking; jardin; lave-linge; lave-vaisselle; congélateur; canapé convertible |
| Camarin | 3 montée chez Roche Grandris, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | 2 épis | Gîtes de France | 6 | 250 à 600€ | 150 à 300€ | Non | |
| Tour | 3 montée chez Roche Grandris, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | 2 épis | Gîtes de France | 6 | / | / | Non | |
| Les Jonquilles | Le Bourg, 42440 La Chambonie | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 6 | 290 à 350€ | 190 € | Non | Parking; jardin; lave-linge; lave-vaisselle; congélateur; canapé convertible |
| Les Gentianes | Le Bourg, 42440 La Chambonie | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 5 | 210 à 290€ | 120 € | Non | Micro-ondes; lave-linge; lave-vaisselle; congélateur; parking privé; |

| | | | | | | | | |
|--------------------|---|--------|----------------------------------|---|------------|------------|-----|--|
| L'Arnica | Le Bourg, 42440 La Chambonie | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 4 | 190 à 250€ | 110 € | Non | / |
| Le Cros | Le Cros, 42440 La Chamba | 2 épis | Gîtes de neige | 4 | 240 à 260€ | 120 € | Non | Ménage avec supplément; Draps et linges compris; Lave linge privatif; Téléphone; Micro-ondes; Lave vaisselle; Télévision |
| La Brosse | La Brosse, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | 2 épis | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 4 | 210 à 290€ | 100 à 110€ | Non | |
| La Côte | 787 route des Bois, La côte, 49920 Chalmazel-Jeansagnière | 1 épi | Gîtes de France / Gîtes de Neige | 6 | 385 à 410€ | / | Non | |
| Le Genêt | Le Bourg, 42440 La Chamba | 1 épi | Gîtes de neige | 4 | 210 à 225€ | 83 € | Non | Garage privé; aire de jeux; télévision; micro-ondes; chaîne hi-fi |
| La Jonquille | Le Bourg, 42440 La Chamba | 1 épi | Gîtes de neige | 2 | 145 à 155€ | 75 € | Non | micro-ondes; télévision; chaîne hifi; |
| Les P'tits bergers | 200, route de Chevelière, Chalmazel, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | / | / | 8 | 300 à 400€ | 200 € | Non | |
| Ciflorette | Le Phaux, 42440 Noirétable | / | / | 7 | 320 € | 120 € | Non | accès internet; lave-linge; réfrigérateur; four |
| Le Montcel | Lieu-dit Le Montcel, 42440 Noirétable | / | / | 6 | 350 € | / | Non | lave-linge; lave-vaisselle; frigo; micro-ondes; parking |

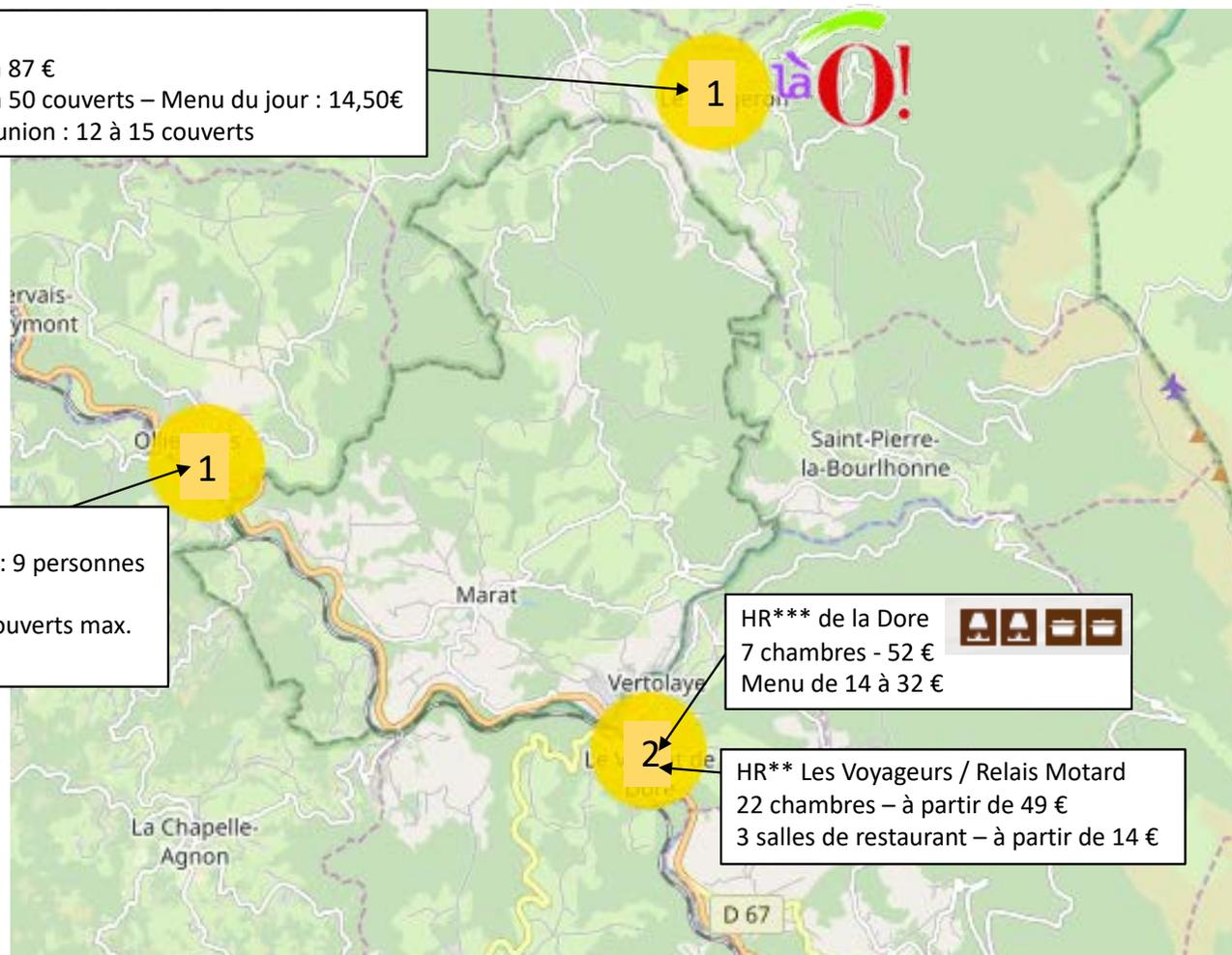
| | | | | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|------------|-------|-----|--|
| Chez Gérard et Gisèle | Le Bourg, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | / | / | 5 | 170 € | 110 € | Non | |
| La Fenière-La Bergerie | 53, route du Supt, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | / | / | 5 | 440 € | 126 € | Non | |
| Les Fougères | Le Bourg, 42440 La Chamba | / | / | 4 | 195 à 220€ | 85 € | Non | |
| La Source | Verines, 42440 Noirétable | / | / | 4 | 200 à 340€ | 130 € | Non | Matériel bébé; lave-linge; lave-vaisselle; accès internet; aspirateur; |
| La Fenière-Le Pigeonnier | 53, route du Supt, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | / | / | 3 | 370 € | 53 € | Non | |

Sur le territoire de Loire Forez Agglo, jusqu'à 25 minutes du VVLAO, 34 gîtes sont recensés, avec une moyenne de 6 couchages. Aucun de ces gîtes n'est équipé d'une piscine ou d'un espace bien-être.

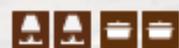
Les hôtels-restaurants (1/2)



HR La Vie en Rose
8 chambres - 53 € à 87 €
Restaurant : jusqu'à 50 couverts – Menu du jour : 14,50€
Petite salle pour réunion : 12 à 15 couverts



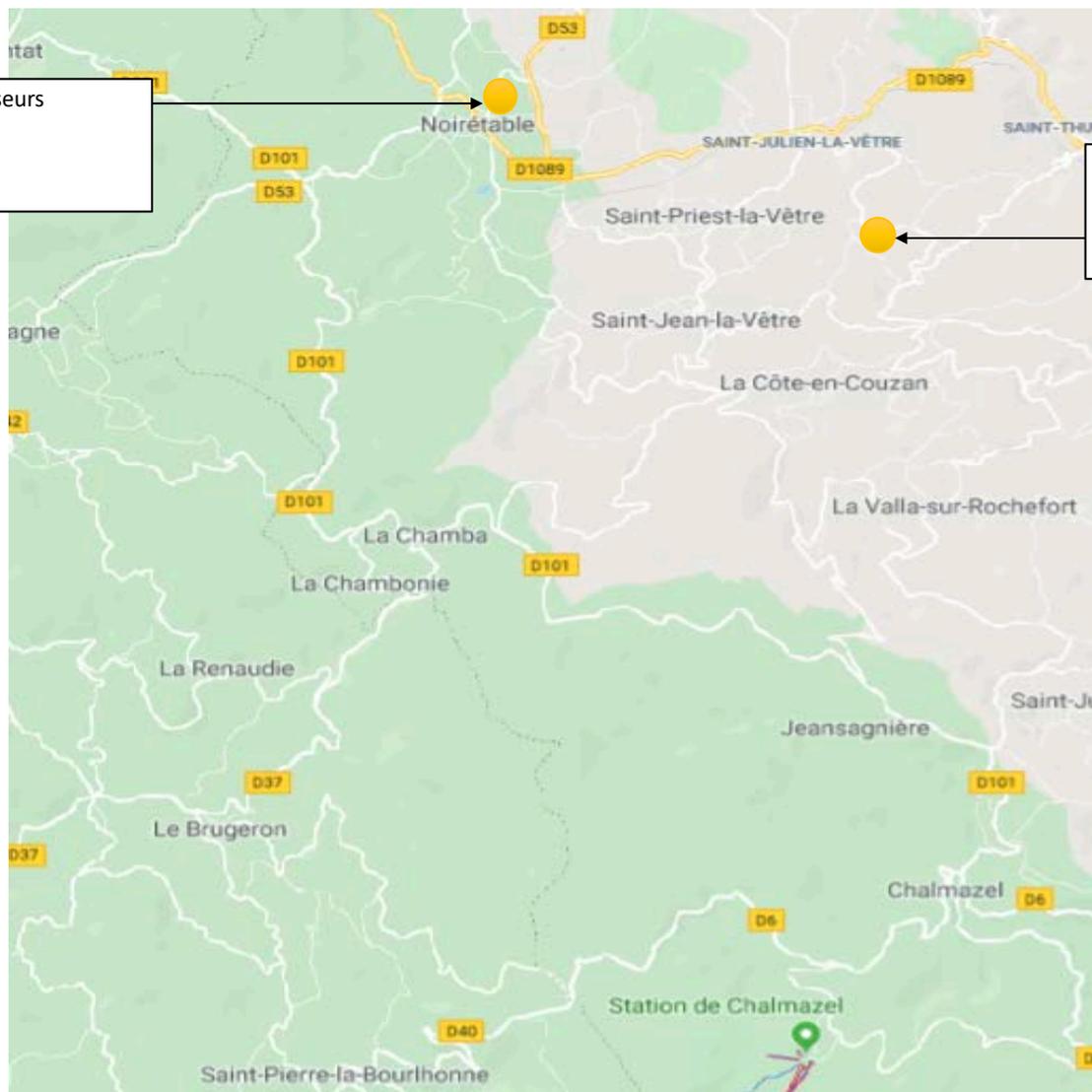
HR Migeon
Capacité totale hébergement : 9 personnes
Ch. double : 33 €
Restaurant traditionnel : 50 couverts max.
dont 20 couverts en terrasse

HR*** de la Dore 
7 chambres - 52 €
Menu de 14 à 32 €

HR** Les Voyageurs / Relais Motard
22 chambres – à partir de 49 €
3 salles de restaurant – à partir de 14 €

Les hôtels-restaurants (2/2)

HR Au Rendez-Vous des Chasseurs
Nombre de chambres: 9
Ch. double : 64€
Restaurant traditionnel



Saint-Didier-sur-Rochefort:
HR Les Trois Temps
Nombre de chambres: 3
Ch. double : 51€

Les hôtels-restaurants

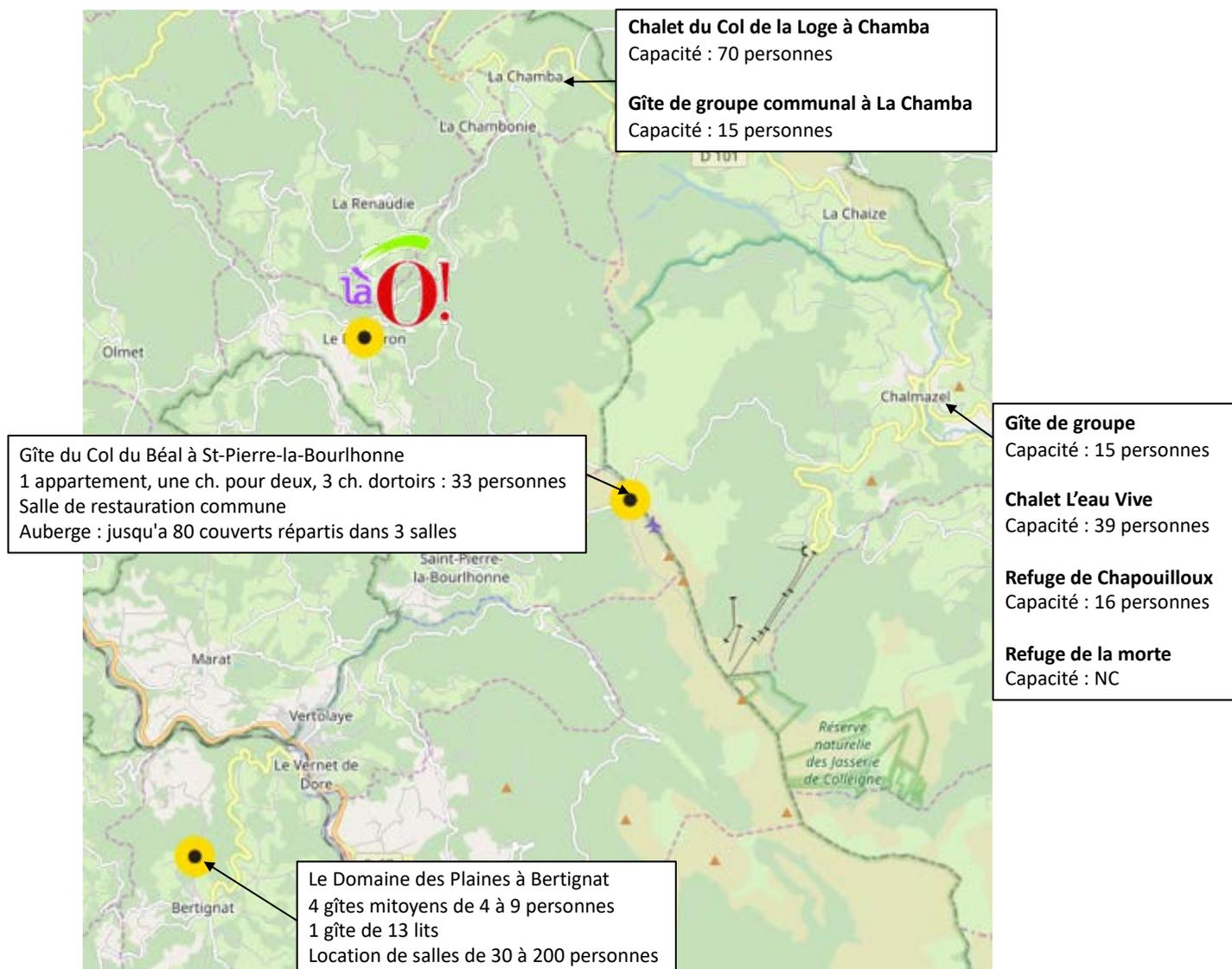
| Nom | Adresse | Classement | Nbre de chbres | Prix de la chambre | Restaurant | Services |
|--------------------------------|--|--|----------------|--------------------|-----------------------------|----------|
| HR de la Dore | Lieu dit Doré, 63480 Vertolaye | *** | 7 | 52 € | Oui | |
| HR Les Voyageurs/Relais Motard | Le Vernet de Doré, 63480 Vertolaye | ** | 22 | 49,00 € | Oui. 3 salles de restaurant | Piscine. |
| Au Rendez-vous des Chasseurs | Route de l'Hermitage, 42440 Noirétable | Logis de France  | 9 | 64 à 125€ | Oui | |
| HR La Vie en Rose | 63880 Le Brugeron | / | 8 | 53 à 87€ | Oui. jusqu'à 50 couverts | |
| HR Chez Migeon | 12 Route du Brugeron, 63880 Olliergues | / | 4 | 33 € | Oui. jusqu'à 50 couverts | |
| Les Trois Temps Hôtel | 3 route de St Thurin, 42440 Noirétable | / | 3 | 51 à 81€ | Oui | |

Au sein de la zone de chalandise (*jusqu'à 25 minutes*), il existe 6 hôtels-restaurants, dont un HR classé 3***, un autre classé 2** et un Logis de France de deux cheminés et une cocotte.

La capacité moyenne étant de 9 chambres et le tarif moyen de 61 € / chambre.

Seul un hôtel-restaurant est équipé d'une piscine, l'HR Les Voyageurs, qui est également labélisé « Relais Motard ».

Les gîtes d'étape / séjour

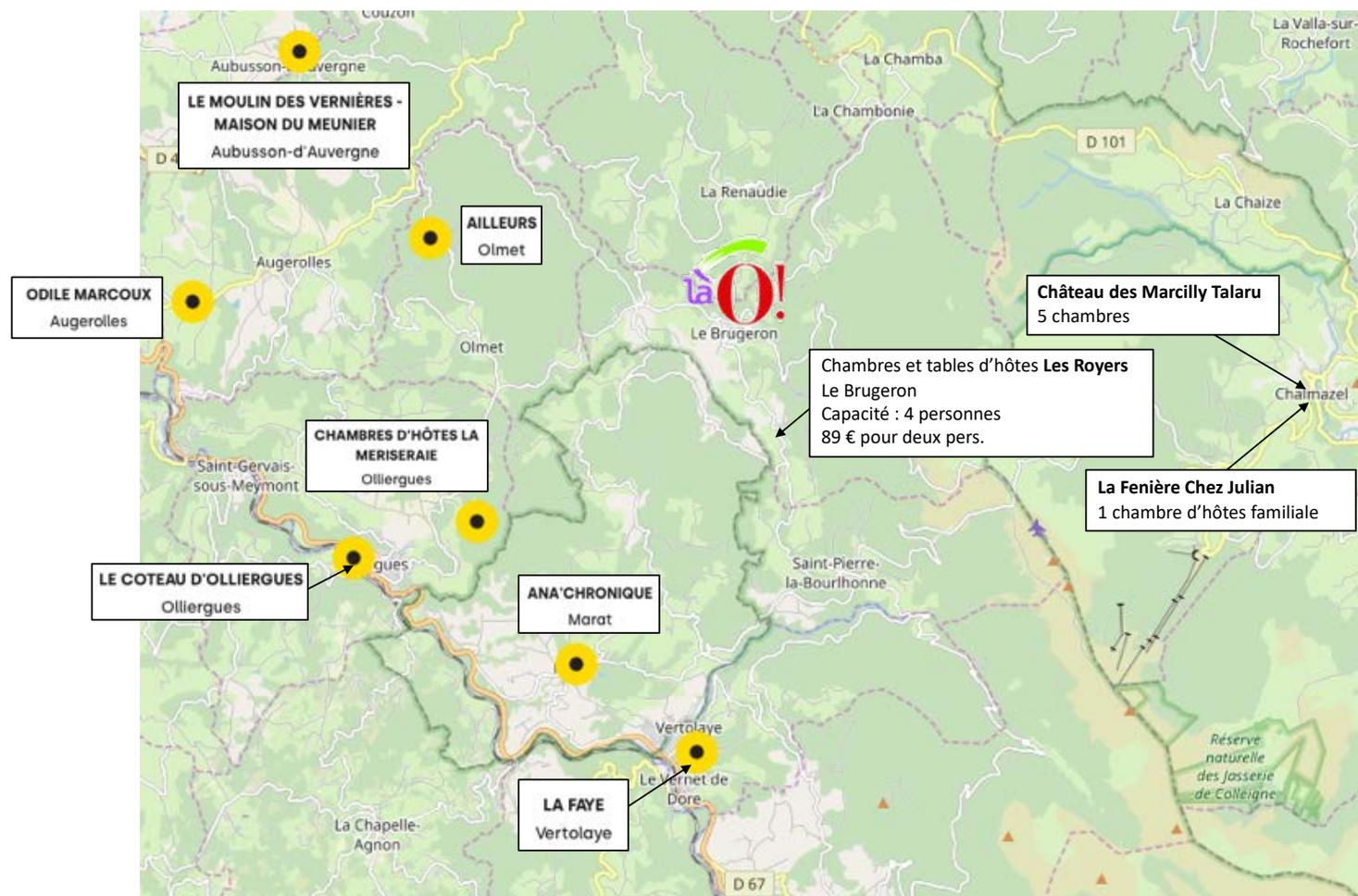


Les gîtes d'étape / séjour

| Nom | Adresse | Nbre de couchages | Tarif nuitée | Restauration | Équipements et services |
|--------------------------|---|-------------------|----------------------|--------------------------------|------------------------------|
| Refuge de la Morte | Vallée de la morte, 42920 Chalmazel- Jeansagnière | NC | Gratuit | / | / |
| Chalet du col de la Loge | Col de la Loge - 42440 La Chamba | 74 | 45 à 56€ | Oui, pension complète possible | / |
| Chalet l'Eau Vive | Route du col du Béal, 42920 Chalmazel | 39 | / | Restauration possible | Salle pour séminaires (60m2) |
| Gîte du Col du Béal | Col du Béal, 63480 Saint-Pierre-la-Bourlhonne | 35 | 425 € / semaine | Auberge | |
| Le Domaine des plaines | Pont de David, 63480 Bertignat | 22 | 455 à 700€ / semaine | / | |
| Refuge de Chapouilloux | 42920 Chalmazel | 16 | 18 € | / | |
| Gîte de groupe communal | 42440 La Chamba | 15 | 11 € | / | / |
| Refuge de la Morte | Vallée de la morte, 42920 Chalmazel- Jeansagnière | NC | Gratuit | / | / |

8 gîtes d'étape / séjour sont recensés au sein de la zone de chalandise, avec une moyenne de 33 couchages. A noter qu'un gîte d'étape dispose d'une salle de séminaire de 60 m².

Les chambres d'hôtes



Sur un rayon de 10 km de Chalmazel / Loire (42) :

Le Cellier de la Fontaine à Saint-Georges-en-Couzan
2 chambres

Chambres de l'Auberge de la Source à La Valla-sur-Rochefort
4 chambres

La Fondette à Saint-Laurent-Rochefort
3 chambres d'hôtes, 1 chambre double et 1 chambre avec sanitaires complets privés et accès cuisine privative.

La Roulotte à la Ferme à Palogneux
1 ch. pour 3 personnes (4ème couchage en lit tiroir possible)

La Colonie Bernadette à Saint-Priest-La-Vêtre
3 chambres pour 4 personnes max
70€ la nuit

Les Bains du Forez à Saint-Jean-La-Vêtre
1 chambre pour 2 personnes max
55€ la nuit

Les chambres d'hôtes

| Nom | Adresse | Classement | Labels / certifications | Nbre de couchages | Tarifs | Table d'hôtes | Equipements et services |
|---|--|------------|--|-------------------|-----------|---------------|--------------------------------------|
| | | | | | Nuitée | | |
| La Colonie Bernadette | Le Bourg, 42440 Saint-Priest-la-Vêtre | 3 épis | | 8 | 70 € | | |
| Château des Marcilly Talaru | Le Bourg, 42920 Chalmazel | | | 14 | / | / | |
| Ana'chronique | Darnapesse, 63480 Marat | | La Clé Verte/Marque Tourisme et Handicap - déficience auditive | 12 | 71 à 101€ | 25 € | |
| Le Moulin des Vernières-Maison du Meunier | Lieu-dit, La Vernière, 63120 Aubusson-d'Auvergne | | | 11 | 75 à 132€ | 16 ou 24€ | Piscine |
| La Faye | La Faye - 63480 Vertolaye | | | 10 | 65 € | | |
| Le coteau d'Olliergues | La Chapelette, 63880 Olliergues | | | 9 | 65 à 120€ | 22 € | 2 terrasses |
| Chambres d'hôtes la Miseraie | Domaine du Château de La Montmarie, 63880 Olliergues | | | 6 | 60 à 85€ | | Salle de massage |
| La Fenièrre Chez Julian | 42920 Chalmazel | | | 5 | 55 € | / | Bain nordique (capacité 8 personnes) |
| Chambres et tables d'hôtes Les Royers | Les Royers, 63880 Le Brugeron | | | 4 | 89 à 149€ | 28 € | |
| Ailleurs | Solasset, 63880 Olmet | | | 4 | 60 à 100€ | | Piscine. Maison d'hôtes naturiste |
| Odile Marcoux | Lieu-dit Le Bouchet ; 63930 Augerolles | | | 2 | | | |
| Les Bains du Forez | Les Gouttes, 42440 Saint-Jean-la-Vêtre | | | 2 | 55 € | / | Sauna, balnéothérapie, espace spa |

La zone de chalandise regroupe 12 chambres d'hôtes, avec une capacité moyenne de 7 couchages et un tarif moyen de 80 € la nuitée. A noter que deux d'entre elles sont équipés d'une piscine. Une autre chambre d'hôte propose un espace spa avec sauna et balnéothérapie. A Chalmazel, une chambre d'hôte possède un bain nordique d'une capacité de 8 personnes.

Les campings

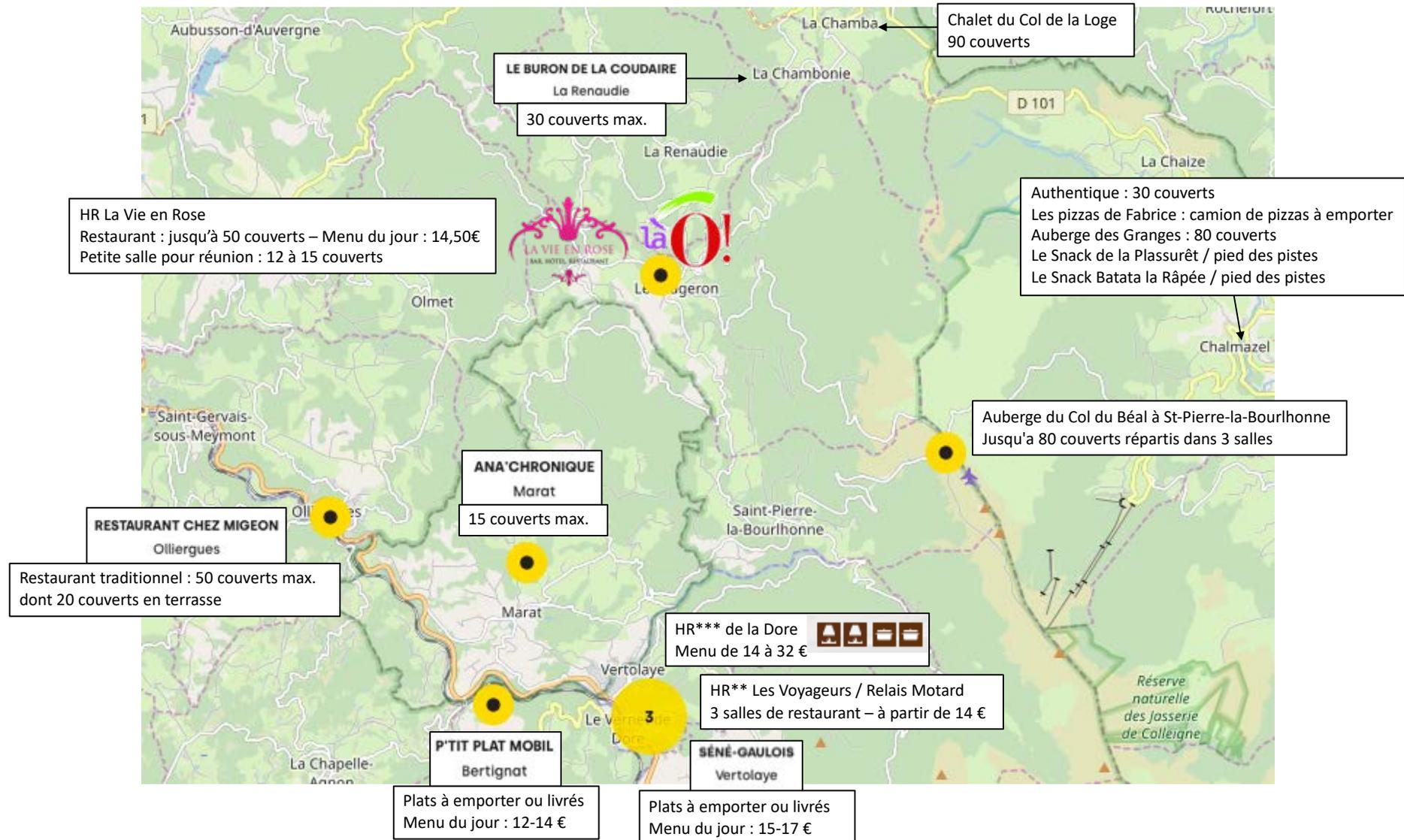


Les campings

| Nom | Adresse | Classement | Nbre de couchages | Tarifs | | Equipements et services |
|--------------------------------------|-------------------------------------|------------|--|-----------------------|--------------------|-------------------------|
| | | | | Emplacements / nuitée | Location / semaine | |
| Aire de Services Camping Les Chelles | Bourg Les Chelles, 63880 Olliergues | / | 50 emplacements; 2 chalets; 2 mobilhomes; 1 bungalow; 1 caravane | 18 € | 200 à 315€ | piscine; aire de jeux |
| Camping municipal de la Roche | 6 La Roche, 42440 Noirétable | / | 50 emplacements | 2,20 € | / | / |
| Camping La Cube | 1 La Cube, 63880 Le Brugeron | / | 20 emplacements, 2 tentes meublées | 17 € | | |

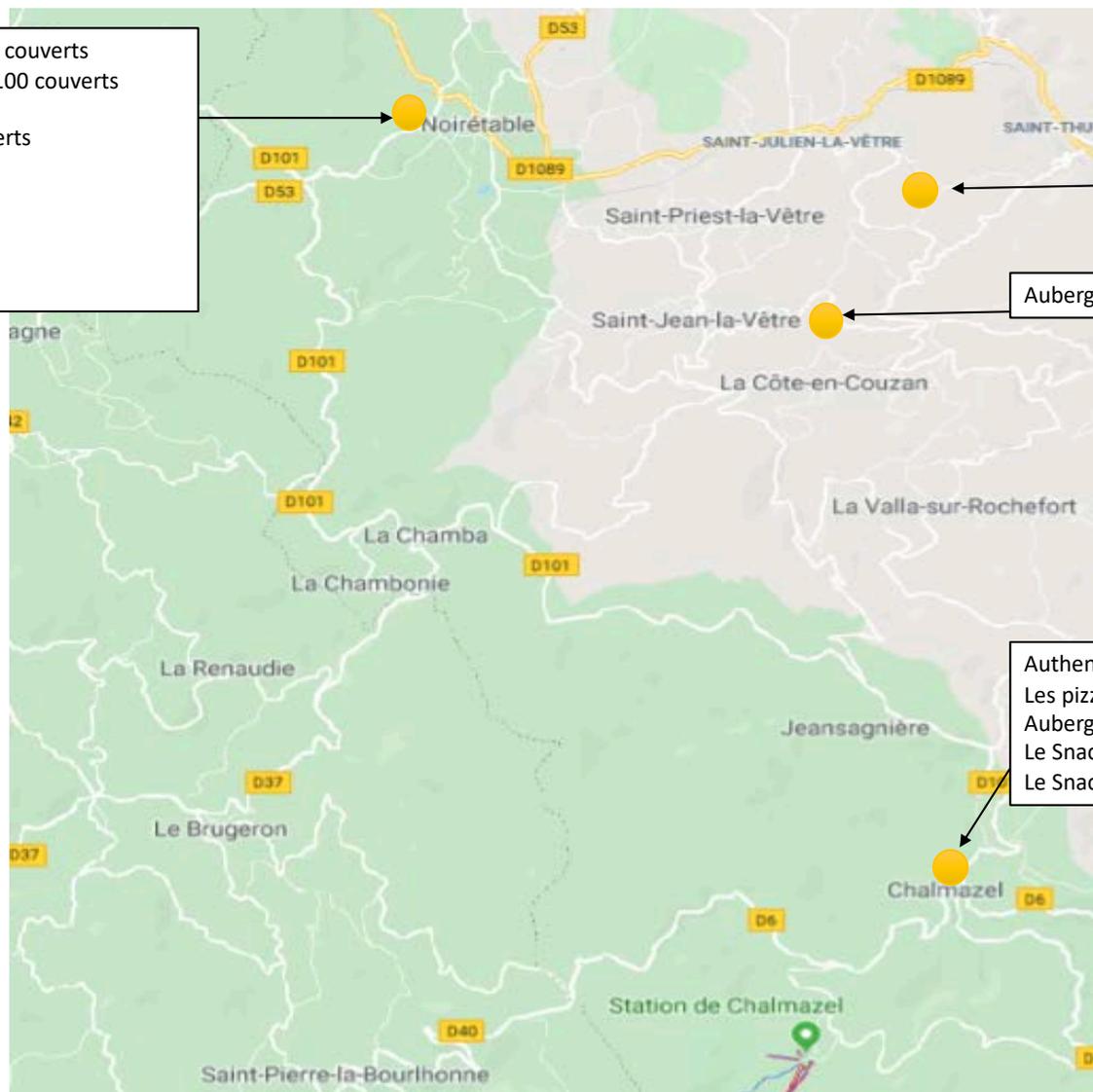
3 campings sont recensés en zone de chalandise, dont un camping municipal. La moyenne étant de 40 emplacements. Le camping à Olliergues propose également des hébergements en location, à savoir 2 chalets, 2 mobil homes, 1 bungalow et une caravane ainsi qu'une piscine et aire de jeux. Le Camping au Brugeron propose quant à lui deux tentes meublées.

Les restaurants (1/2)



Les restaurants (2/2)

Notre-Dame de l'Hermitage: 120 couverts
Au Rendez-Vous des Chasseurs: 100 couverts
Lola Restaurant: 18 couverts
Aux berges de la Roche: 60 couverts
Le barotie snack/pizzeria
L'atelier Flika
La Coupole: 50 couverts
L'Italien: 40 couverts
Snack le Bidule Kfé



Les Trois Temps restaurant : 25 couverts

Auberge La Vallée Verte : 80 couverts

Authentique : 30 couverts
Les pizzas de Fabrice : camion de pizzas à emporter
Auberge des Granges : 80 couverts
Le Snack de la Plassurêt / pied des pistes
Le Snack Batata la Râpée / pied des pistes

Les restaurants

| Nom | Adresse | Type de restauration | Nombre de couverts | Prix |
|------------------------------|--|---|--|-------------------------|
| P'tit Plat Mobil | Bertignat | Cuisine traditionnelle | Plats à emporter ou livrés | menu du jour: 12-14€ |
| Séné-Gaulois | Lieu-dit florasse, 63480 Vertolaye | Cuisine africaine | Plat à emporter ou livrés/possibilité de consommer sur place | 17 € |
| Notre dame de l'hermitage | Route de l'hermitage 42440 Noirétable | Cuisine malgache | 120 | 13 € |
| Au Rendez vous des chasseurs | Route de l'hermitage 42440 Noirétable | Cuisine locale: charcuterie maison, gibier en saison, parfait de foie de volaille aux myrtilles, desserts à la "cristille" liqueur locale | 100 | 26 € |
| Le barotie snack pizzeria | 1 place des combattants, 42440 Noirétable | Pizzas | 98 (25 en terrasse) | 7-15€ |
| Chalet du Col de la Loge | La Chamba | Cuisine traditionnelle et spécialités: patia forézien; tartifourme... / snacking | 90 couverts | 18 € |
| Auberge du Col du Béal | Col du Béal, 63480 Saint-Pierre-la-Bourlhonne | Cuisine traditionnelle - plats régionaux | jusqu'à 80 couverts répartis dans 3 salles | 16,50 € |
| Auberge des Granges | 152, chemin chez Jacon, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | spécialités de la ferme : charcuteries, patia, gâteau de foies de volaille, saucisson brioché... | 80 | 15 € |
| La coupole | rue des tilleuls, 42440 Noirétable | Cuisine traditionnelle et gastronomique | 50 | / |
| Aux berges de la Roche | Rue du Plan d'eau, 42440 Noirétable | Cuisine traditionnelle/Snacking | 60 (120 en terrasse) | / |
| HR Chez Migeon | 12 Route du Brugeron, 63880 Olliergues | Cuisine traditionnelle | 50 max (20 en terrasse) | 15 € |
| HR La Vie en Rose | 63880 Le Brugeron | Cuisine traditionnelle et régionale française-spécialités auvergnates. | 50 max | Menu du jour: 14,50€ |
| La Grillotière | 12 rue Claude Peurière, 42440 Noirétable | Cuisine familiale à base de produits frais, locaux et de saison, salon de thé. Activité traiteur | 50 (17 en terrasse) | 14,50 € |
| La Petite Taverne | 2 rue claud Peurière, 42440 Noirétable | Cuisine traditionnelle | 45 (36 en terrasse) | 14,50 € |
| Auberge La Vallée Verte | Le Bourg, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | Cuisine traditionnelle à base de produits locaux/bio/menus ouvriers | 40 (40 en terrasse) | 13 € |

| | | | | |
|--------------------------------|---|---|------------------------|---------|
| L'Italien | rue des tilleuls, 42440 Noirétable | Cuisine traditionnelle / Brasserie | 40 | 17 € |
| Le Buron de la Coudaire | La Coudaire, 63930 La Renaudie | Cuisine traditionnelle auvergnate | 30 max. | |
| Authentique | Le Bourg, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | Restauration à base de produits locaux (burgers à la fourme) | 30 | 15 € |
| Les Trois Temps restaurant | 3 route de saint thurin, 42111 Saint-Didier-sur-Rochefort | menu ouvrier le midi du lundi au vendredi, planches charcuterie/fromages et vente à emporter | 25 | 12 € |
| Lola restaurant | 20 rue des Jardins, 42440 Noirétable | Cuisine traditionnelle | 18 | / |
| Ana'chronique | Darnapesse, 63480 Marat | Cuisine traditionnelle/saine | 15 couverts max. | 25 € |
| HR de la Dore | Lieu dit Doré, 63480 Vertolaye | Cuisine traditionnelle | NC | 14 € |
| Le Snack de la Plassurêt | Pied des pistes de ski, Chalmazel, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | Restauration rapide (Croque-monsieur, hamburgers, hot-dogs, sandwiches, barquettes de frites) | NC | / |
| Les pizzas de Fabrice | 42920 Chalmazel - Jeansagnière | Camion de pizzas traditionnelles à emporter | NC | 9-13€ |
| Le Snack Batata la Râpée | Pied des pistes de ski, Chalmazel, 42920 Chalmazel-Jeansagnière | Spécialité locale : râpée à base de pommes de terre | NC | / |
| L'Atelier Fika | 21 rue de la gare, 42440 Noirétable | pizzas à emporter et pâtisseries sur commande pour événements | NC | / |
| Snack le Bidule Kfé | 3 rue Claude Peurière, 42440 Noirétable | Restauration rapide | NC | / |
| HR Les Voyageurs/Relais Motard | Le Vernet de Doré, 63480 Vertolaye | Cuisine traditionnelle | 3 salles de restaurant | 14,00 € |

En zone de chalandise, on compte 28 restaurants, avec une moyenne de 56 couverts et un tarif moyen de 16 € / repas.

▪ Focus sur l'offre au sein de la commune du Brugeron



Ouverture : du 29/01 au 21/12

Équipements et services de l'hôtel :

- Garage Fermé : Vélos, Motos, Quads (15 à 18 engins)
 - Parking face à l'hôtel non privatif
 - Service Lingerie
 - Accès Wifi
 - 8 chambres
 - Accueil groupe hôtel (15 à 20 personnes)

Tarifs de l'hôtel :

- Chambre double : de 49 à 55€ la nuit pour deux personnes (- 10% à partir de 3 nuits)
- Suite familiale (2 chambres) pour 3 à 4 personnes : 79€ (- 10% à partir de 3 nuits)
 - Chambre 3 personnes : 65€ (- 10% à partir de 3 nuits)

Les formules :

- 1/2 Pension : de 43,50 à 72€ (Prix en fonction du nombre de personnes en chambre)
 - Entreprises (à partir de 3 nuits) :
 - 1/2 pension : 58€ en chambre simple
 - Pension complète : 68€ en chambre simple
- Formule étape (nuit, repas, petit-déjeuner) : 65€. Le prix s'entend pour 1 personne en chambre simple (V.R.P., Entreprise, voyageur solitaire...).
 - Gestion Libre:

Pour minimum 3 jours (de 6 à 10 personnes) : Petite Cuisine équipée, salle à disposition pour les repas. Possibilité de plats à emporter (sur réservation).
Prix des chambres de 49 à 79€.

Équipements et services du restaurant :

- Salle restaurant : 30 couverts et plus si groupe (jusqu'à 50 couverts)
 - Petite salle pour réunion : 12 à 15 couverts
 - Terrasse couverte
 - Terrasse plein air
 - Coin Bar
- Après-midi douceurs (Crêpes, pâtisserie, glaces artisanales...) de Pâques à Octobre le week-end et tous les jours en période estivale
 - Cuisine traditionnelle et régionale française
 - Spécialités auvergnates sur réservations
 - Pizzas à emporter le soir
- Ouvert tous les midis et le soir sur réservation (hors saison d'été)

Tarifs du restaurant :

- Menu du jour (du lundi au samedi, le midi) : 14,50€.
- Pour les entreprises : 13€.

Cet hôtel-restaurant réalise essentiellement des repas ouvriers. Le village-vacances La Ô se positionne quant à lui davantage sur l'accueil de groupe.

▪ Chambres et tables d'hôtes Les Royers



Chambre verveine

- Capacité 4 personnes comprenant 1 lit en 160x200 + 2 lits 90x200 avec salle de bains/wc privé et salon commun

Tarifs :

- 1 pers. 89€
- 2 pers. 89€
- 3 pers. 119€
- 4 pers. 149€
- personne supplémentaire + 30€

▪ Camping La Cube



Camping et aire de services : du 01/06 au 01/09

20 emplacements

2 tentes meublées pour 4 personnes

Les tarifs en haute saison du 1^{er} Juillet au 1^{er} Septembre 2019 – camping :

- 17,00 € emplacement incl. 2 personnes/nuit
- 12,50 € emplacement 1 personne/nuit
- 4,50 € par personne supplémentaire/nuit plus de 18 ans
 - 3,50 € électricité / nuit
 - 5,00 € machine a laver (incl. lessive)
 - 0,20 € taxe de séjour de 18 ans et plus

Les tarifs en basse saison du 1^{er} Mai au 1^{er} Juillet 2019 – camping :

- 14 € emplacement incl. 2 personnes, sans l'électricité et taxe de séjour.

Tentes :

- 12,50 € par personne par nuit (hors taxe de séjour), 5 € supplémentaire pour que le lit soit fait à l'arrivée.

Table d'hôtes :

- Dîner (incl. Boissons) : 22,50 € pp
- Menu du jour (incl. Boissons) : 15 € ou 17,50 € pp

- Concurrence directe à proximité du Brugeron

Le VVF Saint-Jean-la-Vêtre (42) est situé à 16,5 km du VVLAO, soit 22 minutes en voiture.



Le village de vacances le Ventuel, créé à l'origine par la commune dans les années 70, dénombre aujourd'hui 324 lits et est géré par VVF Villages (offre inscrite dans « séjour à la campagne ») dans le cadre d'un contrat de location. Il se situe sur la commune de Saint-Jean-la-Vêtre, commune au Nord-Ouest de l'agglomération dans les Monts du Forez (zone de moyenne montagne) et reste le plus grand centre d'hébergement touristique du département de la Loire en nombre de lits.

Fiche d'identité du Village de Vacances le Ventuel :

- Propriété de Loire Forez agglomération ;
- 1ère année de gestion en 1974 ;
- Gestionnaire : VVF Villages ;
- Echéance du contrat de location : 31 décembre 2019 ;
- Agrément Tourisme du village délivré le 19/09/1975 ;
- Ressource : 2 ETP à l'année (direction du village de vacances et un agent d'entretien et de maintenance). 8,95 ETP en saison ;
- Période d'ouverture constatée en 2018 : **du 02/06 au 08/09** ;
- Publics accueillis :
 - clientèle familiale en vacances scolaires ;
 - groupes, regroupements familiaux, week-end sur le hors vacances scolaires.

Le village de vacances propose 60 pavillons mitoyens et 3 chalets s'ouvrant sur les paysages du Forez. Soit 324 lits au total.

- **Chalet 3 Pièces 4 Personnes adapté PMR**
Chalet de 24m² pour quatre personnes adapté PMR, un séjour-chambre avec espace cuisine comprenant une banquette-lit, une chambre comprenant deux lits gigognes, une chambre comprenant deux lits superposés, accueil lit bébé possible.
- **Gîte 2 Pièces 4 Personnes**
Gîte de 25m² pour quatre personnes, un séjour-chambre avec espace cuisine comprenant une banquette-lit, une chambre comprenant deux lits superposés, accueil lit bébé possible.
- **Gîte 3 Pièces 6 Personnes**
Gîte de 36m² pour six personnes, un séjour-chambre avec espace cuisine comprenant une banquette-lit, une chambre comprenant deux lits simples, une chambre comprenant deux lits superposés, accueil lit bébé possible.
- **Gîte 4 Pièces 8 Personnes**
Gîte de 51m² pour huit personnes, un séjour-chambre avec espace cuisine comprenant une banquette-lit, deux chambres comprenant deux lits simples, une chambre comprenant deux lits superposés, accueil 2 lits bébé possible.

Equipements du village

- Bibliothèque
- Terrain de badminton
- Tennis de table
- Terrain de basketball
- Slackline
- Salle de télévision
- Château gonflable

Piscine avec bassin pour enfants gratuite
découvrable chauffée et non surveillée ouverte du
29/05/2019 au 31/08/2019

Club Forme gratuit :

- Accès contrôlé - horaires : Ouvert tous les jours
de 10h à 20h
- Hammam
- Bain bouillonnant
- Salle de remise en forme

Bar

Restaurant en vacances scolaires

Dîner terroir ou festif une fois par semaine en été

En formule location, possibilité de **restauration en vacances scolaires** : sur place ou à emporter

Le VVF Villages Les Monts du Forez - Saint-Jean-la-Vêtre propose des animations gratuites. Des jeux, des balades, du sport...

A noter que ce village vacances subit depuis quelques années une perte d'attractivité qui se traduit par une baisse significative du nombre de nuitées entraînant une chute des performances économiques et la réduction des périodes d'ouverture afin de limiter les pertes d'exploitation pour le gestionnaire.

Une étude de requalification et de repositionnement du village-vacances est en cours de réalisation.

Gîtes du Livradois-Forez Le Domaine des Plaines



Le domaine est situé à Bertignat (63), à 20 km du VVLAO, soit 25 minutes en voiture.

Ouverture toute l'année

Les hébergements sont situés à 730 m d'altitude avec une vue exceptionnelle sur les monts du Forez. L'établissement touristique est ouvert à tous et offre également des équipements spécifiques adaptés aux besoins des personnes à mobilité réduite et de leur famille.

Le Domaine des Plaines est spécialisé dans l'accueil de groupes et l'organisation de repas de famille, de mariages, d'anniversaires, d'entreprises...

L'offre :

- 4 gîtes mitoyens (de 4 à 9 personnes) pouvant être loués indépendamment ou simultanément
- un gîte d'une capacité de 13 lits entièrement adapté pour recevoir des groupes de personnes à mobilité réduite
- location de salles pouvant accueillir de 30 à 200 personnes
- Un service traiteur.

Les tarifs :

| Tarifs à la semaine en gestion libre | |
|---|----------|
| Gîte 4 personnes (gîte n°4) | 455,00 € |
| Gîtes 7 personnes (gîtes n°1, 2 ou 3) | 700,00 € |

| Pension complète ou demi-pension pour les groupes à partir de 7 personnes minimum | | | |
|--|---------------|-------------------|----------------|
| <i>tarifs adulte (hors taxe de séjour), pour les tarifs enfants et les tarifs au-delà de 3 nuits, nous consulter</i> | | | |
| | 1 Nuit | 2 Nuits | 3 Nuits |
| PC (nuit + petit-déjeuner + repas midi <u>et</u> soir) | 70€/personne | 132€/personne | 194€/personne |
| DP (nuit + petit-déjeuner + 1 repas midi <u>ou</u> soir) | 52€/personne | 96€/personne/jour | 140€/personne |
| Petit déjeuner continental | 8€/personne | | |

| Groupes de 8 personnes minimum | |
|---|-----------------------|
| <i>(les tarifs sont à la journée et par personne)</i> | |
| PC (hébergement + petit-déjeuner + déjeuner + dîner) | 70€/pers./jour |
| DP (hébergement + petit-déjeuner + déjeuner <u>ou</u> dîner) | 52€/pers./jour |



Village-vacances***

Le village de vacances est situé à Saint-Amant-Roche-Savine (63), à environ 28 km du VVLAO, soit 38 minutes en voiture.



Village vacances ***

Ouvert toute l'année

30 gîtes, confortables et spacieux
Deux gîtes sont accessibles pour personnes à mobilité réduite

Chalet 4 places T3

| Tarifs 2019 | 1 ^{er} janvier au 27 avril 5 octobre au 31 décembre | 27 avril au 13 juillet 17 août au 5 octobre | 13 juillet au 17 août ETE |
|---------------------|---|--|------------------------------|
| 1 nuit | 65 € | 79 € | 104 € |
| Forfait 2 nuits | 110 € | 128 € | 170 € |
| Forfait 3 nuits | 148 € | 173 € | 231 € |
| Nuit supplémentaire | 34 € | 40 € | 56 € |
| 1 semaine | 278 € | 330 € | 459 € |

Suppléments : Forfait ménage fin de séjour: 35 € / Animaux : 1.50 € par jour / Draps : 6 € par lit / Taxe de séjour : 0.50 € par nuit et par adulte

Chalet 6 places T4

| Tarifs 2019 | 1 ^{er} janvier au 27 avril 5 octobre au 31 décembre | 27 avril au 13 juillet 17 août au 5 octobre | 13 juillet au 17 août ETE |
|---------------------|---|--|------------------------------|
| 1 nuit | 78 € | 98 € | 124 € |
| Forfait 2 nuits | 131 € | 155 € | 202 € |
| Forfait 3 nuits | 181 € | 207 € | 271 € |
| Nuit supplémentaire | 43 € | 48 € | 65 € |
| 1 semaine | 347 € | 397 € | 573 € |

Suppléments : Forfait ménage fin de séjour: 35 € / Animaux : 1.50 € par jour / Draps : 6 € par lit / Taxe de séjour : 0.50 € par nuit et par adulte

Camping ***

ouvert du 1er mai au 31 octobre

Le camping accueille les tentes, les caravanes et les camping-cars.
Les emplacements et les sanitaires sont accessibles aux PMR

| Tarifs 2019 - du 1 ^{er} mai au 31 octobre | |
|--|---------|
| Campeur | 4.50 € |
| Enfant -12 ans | 1.95 € |
| Emplacement | 2.60 € |
| Tente | 2.40 € |
| Camping car / caravane | 4.20 € |
| Taxe de séjour / nuit / adulte | 0.30 € |
| Forfait 2 adultes + 1 tente + 1 emplacement + 2 taxes | 14.60 € |
| Forfait 2 adultes + 1 caravane / camping-car + 1 emplacement + 2 taxes | 16.40 € |

Salle d'activités culturelles

Cette salle de 120 m² peut recevoir 80 à 90 personnes assises.

Les tables et les chaises sont mises à disposition.

Une partie bar comprend deux éviers et deux réfrigérateurs, une cuisinière électrique.

Tarif pour 1 jour : 271 €

Tarif pour 2 jours : 404 €

Salle de rencontre

Cette salle de 80 m² avec une partie bar – cuisine peut recevoir 30 à 40 personnes. Les tables et les chaises sont mises à disposition.

Tarif pour 1 jour : 84 €

Tarif pour 2 jours : 146 €

Résidence d'artistes

Cette salle de spectacle de 120 m² est insonorisée. Elle comprend un studio d'enregistrement et une loge.



Le village de vacances*** est situé à Fournols (63), environ 36 km du VVLAO, soit 47 minutes de voiture.



À 1 040 m d'altitude, en bordure d'un étang, le village vacances à thème*** Fournols d'Auvergne est la promesse de vacances en famille ou en couple paisibles dans un bel environnement calme et boisé. Dans cette petite station touristique familiale du Haut Livradois, au milieu des sapins, le charme auvergnat opère immédiatement. Au programme : relaxation, remise en forme, excursions et découvertes. La piscine couverte chauffée du village vacances*** Fournols d'Auvergne est ouverte tous les jours, avec séances d'aquagym à la clé. Il est également possible de se rendre dans la salle de musculation ou sortir faire un tennis dans l'enceinte du village vacances thématique d'Auvergne. Les enfants profitent de l'air pur grâce à des animations ludiques ou nature et s'amuse en toute sécurité dans le club enfants et ados.

90 hébergements en maisons de plain-pied soit en pension complète soit en demi-pension. Chambres lumineuses (jusqu'à 7 personnes) au sein de petites maisons nichées à l'orée des bois, au bord de l'étang.

Restaurant :

- 3 salles accessibles de plain-pied
- buffets, self service et une bonne cuisine du terroir
- Un soir par semaine, le chef cuisinier réalise un repas à thème (buffet auvergnat, fondue à la fourme...).
- Il peut également mettre les petits plats dans les grands et concocter un dîner gastronomique (en option).
- animation pour les enfants (en période de vacances scolaires) de 18h30 à 21h.

L'établissement est également propice à l'organisation de séminaires et incentives.

3 salles de 19 à 300 places - 72 chambres - Restaurant de 260 couverts

Dates d'ouverture : d'avril à septembre

HÉBERGEMENT

- 22 chambres et 50 logements jusqu'à 4 pers. répartis dans des pavillons tout confort
 - Salle de bain privative (douche)
 - TV

RESTAURATION VARIÉE ET RAFFINÉE

- 3 salles modulables
 - 260 couverts
- Une restauration gastronomique et locale imaginée par les chefs cuisiniers
 - Des dîners de gala et des pauses gourmandes

ESPACES DÉTENTE

- Piscine couverte et chauffée
 - Salle de musculation
 - Sauna
- Séance éveil aquatique
 - Courts de tennis
 - Espace bar
 - Espace cosy
 - Bibliothèque

SALLES ET ÉQUIPEMENTS PROFESSIONNELS

Toutes les salles ont la lumière du jour.

Equipements : vidéoprojecteur - écran cinéma - TV - paperboard pupitre régie son et lumière - micros filaires et HF - enregistreur pour les débats en salle polyvalente - scène 3 m x 7 m avec rideaux connexion Wi-Fi.

| SALLES | Revêtement | Surface m ² | Théâtre ⋮ ■■■■ | Classe ⋮ ■■■ | En U ⋮ ■■■ |
|-------------|------------|---------------------------|----------------------|--------------------|------------------|
| Plénière | Carrelage | 281 | 300 | 200 | 90 |
| Séminaire 1 | Parquet | 43 | 19 | 19 | 19 |
| Séminaire 2 | Parquet | 46 | 19 | 19 | 19 |



Exemple de chambre



Pause gourmande entre deux réunions



Piscine couverte et chauffée

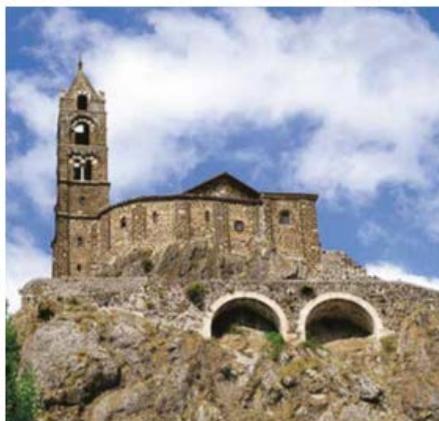
SÉMINAIRE RÉSIDENTIEL

Chambre individuelle + petit-déjeuner
+ déjeuner + dîner + vin
2 pauses + salle + équipement

JOURNÉE D'ÉTUDE

Déjeuner + vin
2 pauses
+ salle + équipement

ACTIVITÉS TEAM BUILDING



Des activités de loisirs et de détente avec des partenaires locaux : randonnées pédestres, accrobranche (à 6 km), équitation (à 5 km), pêche, canoë et escalade (à 40 km).

La découverte des régions avec des excursions sur-mesure : Ambert, Puy-en-Velay, Saint-Flour, Moulin Richard-de-Bas, musée de la Mine à Brassac-les-Mines...

Des activités en soirée : soirée festive, soirée de gala, karaoké... Intervenants extérieurs sur demande (artistes de cabaret, magiciens, groupes...).

Synthèse de l'offre concurrente

Sur la commune du Brugeron, il n'existe aucune offre d'hébergement de groupe comparable à celle du VVLAO, voire sur un territoire beaucoup plus large.

L'hôtel-restaurant La Vie en Rose propose 8 chambres, une salle de restaurant pouvant accueillir jusqu'à 50 couverts et une petite salle de réunion jusqu'à 15 couverts.

La chambre et table d'hôtes Les Royers peut accueillir 4 personnes.

Enfin, le camping La Cube propose 20 emplacements et 2 tentes meublées pour 4 personnes, sans offre de restauration.

A noter que l'hôtel-restaurant La Vie en Rose ferme pendant la période hivernale (du 21/12 au 29/01) et que le camping La Cube est ouvert de juin à septembre.

Les trois villages de vacances*** à proximité du Brugeron ont une capacité d'hébergement plus importante que celle du VVLAO. Ils proposent en moyenne 152 lits à un tarif moyen de 69 € la nuitée. Sur ces trois villages de vacances, deux d'entre eux proposent un service de restauration, une piscine ainsi qu'un espace bien-être (l'un disposant d'un hammam et bain bouillonnant, l'autre d'un sauna).

Concernant les salles de réception, le village de vacances Azureva est équipé d'une salle plénière et de deux salles de séminaires, permettant d'accueillir une clientèle professionnelle. Le village de vacances Saviloisirs offre des salles à vocation culturelle, dont une résidence d'artiste.

Pour ce qui est des périodes d'ouverture, seul le village de vacances Saviloisirs est ouvert toute l'année. Mais son camping reste ouvert pendant la saison estivale seulement. Les autres villages de vacances sont ouverts de fin mai à fin août pour le VVF et d'avril à septembre pour Azureva. A noter aussi que le VVF propose le service de restauration uniquement en période de vacances scolaires.

Le Domaine des Plaines, spécialisé dans l'accueil de groupes et l'organisation d'événements familiaux et professionnels, propose 22 chambres d'une capacité totale de 52 personnes ainsi que des salles pouvant accueillir de 30 à 200 personnes. Plutôt qu'une offre de restauration, un service traiteur est proposé.

Globalement, le mode d'exploitation des structures accueillant des groupes est flexible. Les structures ouvrent à la demande et généralement pendant la période de juin à septembre pour l'accueil de la clientèle familiale et de groupes sportifs et de loisirs.

127- Synthèse de l'analyse externe - opportunités et menaces

| | Opportunités | Menaces |
|-----------------------------|---|---|
| Localisation | <ul style="list-style-type: none"> - Le Brugeron se situe à la limite Est du département du Puy-de-Dôme et à la limite Nord d'ALF, accolé à Loire Forez Agglo - territoires aux multiples richesses : cadre de vie, TEPCV, AOP Fourme d'Ambert et de Montbrison, patrimoine bâti à un prix attractif, territoire reconnu pôle d'excellence sur les activités de pleine nature, événements culturels et sportifs d'envergure... - La commune se situe à cheval sur deux départements : Puy-de-Dôme et Loire. En partie Ouest de la Région AuRA, au centre de la France | <ul style="list-style-type: none"> - Le territoire d'Ambert Livradois Forez fait face à un problème d'image |
| Accessibilité | <ul style="list-style-type: none"> - La commune se trouve à quasi équidistance de Clermont-Ferrand (1h30), Roanne (1h30), Saint-Etienne (1h20) et Lyon (1h40), ce qui en fait un lieu propice à toutes sortes de rassemblements et événementiels (familiaux, associatifs et professionnels) | <ul style="list-style-type: none"> - Contraintes d'accès, du fait de la ligne de crêtes qui marque la limite entre les deux départements - Problème de liaisons hivernales avec le Col de la Loge et la station de Chalmazel |
| Environnement démographique | <ul style="list-style-type: none"> - Travail en cours sur l'attractivité, notamment avec le projet de territoire « Inventons ensemble Ambert Livradois Forez 2018-2040 » | <ul style="list-style-type: none"> - Les deux territoires d'ALF et de LFA se ressemblent par leur ruralité et les bouleversements socio-économiques subis - Territoire déficitaire en termes de population - Population vieillissante |
| Environnement économique | <ul style="list-style-type: none"> - Présence d'entreprises industrielles (Sanofi, Omerin Division Silisol, Fromagerie du Livradois...), dont 8 entreprises leaders dans le secteur de la tresse - De nombreux emplois à pourvoir - Le territoire fait partie du dispositif « Territoires d'industrie » - La filière bois, pleine d'avenir - Le tourisme est une activité économique importante, notamment en termes de création d'emplois | <ul style="list-style-type: none"> - Difficulté de recrutement - Globalement, un marché de l'événementiel professionnel en repli depuis quelques années, du fait d'un contexte économique quelque peu défavorable et des sociétés qui optimisent l'utilisation de leurs propres structures pour tenir ou organiser des réunions |

| | | |
|------------------------------------|--|--|
| Environnement touristique | <ul style="list-style-type: none"> - Le Brugeron fait partie du Parc Naturel Régional Livradois-Forez - ALF est l'un des 21 territoires reconnus « Territoire d'excellence pleine nature » par la région AuRA - Le Forez, territoire labélisé Pays d'Art et d'Histoire et reconnu « pôle de pleine nature » - ALF et LFA compte des activités touristiques diversifiées, en toutes saisons (espace nordique, espace VTT-FFC, randonnées, cueillettes, parc d'activités, golf...) / double saisonnalité été & hiver - Les activités de pleine nature ont le vent en poupe – possibilité de créer des courts séjours à thème (produits packagés) - Les crêtes du Forez et les Hautes Chaumes sont un point de repli intéressant - Une histoire représentant une activité touristique riche, avec notamment le papier, la Fourme d'Ambert et de Montbrison, la tresse... | <ul style="list-style-type: none"> - Le Brugeron n'est pas à proprement parlé un lieu de destination touristique – ruralité et mémoires pastorales |
| Environnement concurrentiel | <ul style="list-style-type: none"> - Proximité du Col de la Loge (12 km - 15 minutes) et de la station de Chalmazel (20 kms - 30 minutes), où il existe une carence en offre d'hébergements de groupes : complémentarités et synergies envisageables - Peu d'offres de groupes avec piscine et espace bien-être (VVF Villages Les Monts du Forez à Saint-Jean-la-Vêtre ; Azureva à Fournols) | <ul style="list-style-type: none"> - Concurrence directe avec un HR privé « La vie en rose » sur la commune du Brugeron, même si la clientèle est quelque peu différente, notamment du fait de la capacité plus faible de cet HR ne pouvant accueillir de groupes importants - Concurrence des village-vacances Saviloisirs, Azureva, VVF Les Monts du Forez ainsi que du Domaine des Plaines - Projet retenu par le Département de la Loire, à proximité de la station Chalmazel, portant sur 502 lits dont 358 lits en locatifs, destinés aux individuels, familles, groupes d'adultes et groupes scolaires |

13 – DIAGNOSTIC INTERNE

131 – Présentation de l'établissement - équipements



Créé en 2011 par la Communauté de communes du Pays d'Olliergues, le Village-vacances Là Ô propose de nombreux équipements pour subvenir aux besoins, à la fois des touristes et des locaux. C'est dans un ancien bâtiment de la fin du XIX^{ème} siècle rénové que Là Ô propose aux visiteurs, de découvrir le Livradois-Forez, son histoire, sa culture, ses activités de pleine nature, d'été et d'hiver, ainsi que son terroir.

L'établissement est composé de deux bâtiments séparés, pour un total de 21 chambres (capacité totale : 84 personnes). Il s'agit du 2^{ème} plus gros équipement d'hébergement d'ALF.



Bâtiment principal

- L'accueil :



L'accueil central permet d'organiser les flux entre les deux bâtiments.
A noter qu'un local vélo se trouve au sous-sol.

- Les 11 chambres, vastes et fonctionnelles, sans charme, au décor minimaliste, non équipé de TV, avec de larges accès :

- Au rez-de-chaussée : 2 chambres PMR

Chambre n°3 / 3 lits : 2 lits + 1 lit haut

Chambre n°4 : 3 lits

- R+1 : 5 chambres dont deux chambres communicantes

Chambre n°14 / 6 lits : 2 lits + 3 couchettes + 1 lit pliant

Chambre n°15 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes – communicante de la chambre n°16

Chambre n°16 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes – communicante de la chambre n°15

Chambre n°17 : 2 lits

Chambre n°18 / 5 lits : 2 lits + 3 couchettes, avec séparation paravent

- R+2 : 4 chambres dont deux chambres communicantes

Chambre n°24 / 5 lits : 2 lits + 2 couchettes + 1 lit pliant

Chambre n°25 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes – communicante de la chambre n°26

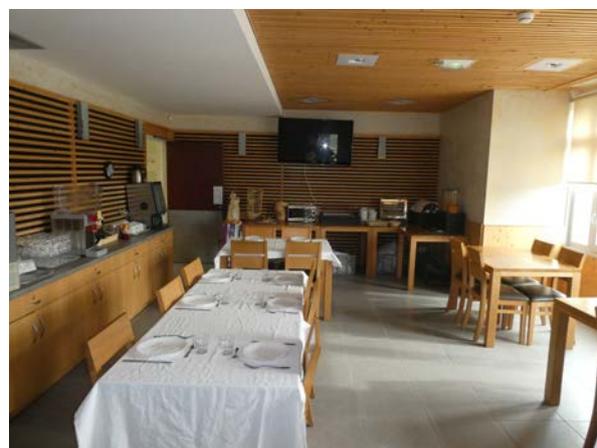
Chambre n°26 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes – communicante de la chambre n°25

Chambre n°27 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes

A noter que les chambres sont toutes très vastes, avec de vrais couchages en 80x190 cm ainsi que des lits d'appoint (ou couchettes, soit des fauteuils convertibles en lits) et des lits pliants ou lits hauts (à échelle) permettant de multiplier l'offre et de répondre aux besoins des familles. La grande majorité des chambres sont multi-couchages. La moyenne pour ces 11 chambres étant de 4 lits par chambre.



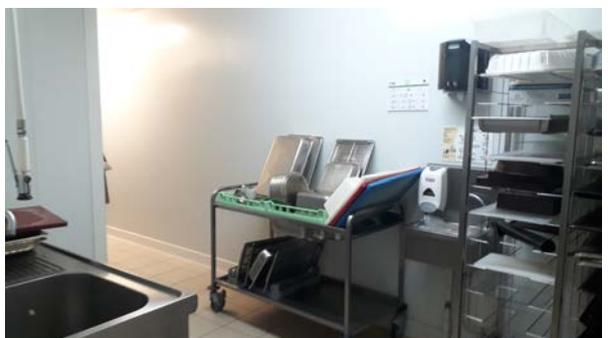
- Bar-restaurant de 80 couverts, avec salle de petit-déjeuner séparée, utilisée pour la cantine scolaire à déjeuner



- Terrasse, exposée Sud Est



- Cuisine : à la fois peu fonctionnelle en termes d'agencement et de matériel mal ou non entretenu et en carence d'un fourneau, idéalement au gaz, remplacé par trois plaques électriques à induction.





Vaisselle et plats de service en insuffisance et pas toujours adaptés pour la clientèle touristique et familiale de l'établissement.

La cuisine, dans son ensemble, illustre assez bien la confusion du positionnement de l'établissement. Avec une restauration collective pour répondre aux repas fonction de la maison de retraite et des scolaires qui tire vers le bas les prestations à offrir aux clients de l'hébergement.

Synthèse des entretiens menés auprès des cuisiniers :

Selon les cuisiniers, il existe globalement un manque de communication entre le personnel et les différentes équipes, notamment avec la direction. Aucune réunion n'est organisée pour échanger sur l'activité et les réservations effectuées. Le personnel travaille ainsi en flux-tendu, sans pouvoir anticiper. Ils ne bénéficient d'aucune vision sur les prévisionnels d'activité. Par exemple, il arrive que le nombre de personnes dans un groupe ne corresponde pas toujours au nombre de personnes annoncées préalablement. Avec des difficultés et des conséquences sur les mises en place. Il est également compliqué pour les cuisiniers de construire des menus sans avoir connaissance des prix de vente pratiqués. Aucune consigne et aucun planning de menu ne sont suggérés. Le personnel de cuisine souhaiterait être convié aux réunions administratives et être davantage écouté.

Par ailleurs, les cuisiniers, travaillant 365 jours par an à deux, relèvent que le matériel et les équipements sont mal adaptés à leurs activités, non entretenus et obsolètes. Il n'y a en effet aucun suivi d'entretien. En outre, la cellule de refroidissement est mal placée au sein de l'espace de travail et fait beaucoup de bruit. Enfin, la cuisine est équipée seulement de trois plaques de cuisson à induction en guise de fourneau. Les cuisiniers ont ainsi le sentiment de perdre du temps et d'être peu efficaces pour finalement peu de production et une faible rentabilité de leur activité, du fait de l'obligation journalière de fournir la maison de retraite et la crèche et annexement la cantine pour quelques déjeuners hebdomadaires - avec des tarifs pratiqués qui sont loin de couvrir les coûts directs et indirects.

- Les deux salles de séminaire

- Une salle multifonction (réunions, séminaires, restauration, cocktail) de 95 m² pouvant accueillir jusqu'à 100 personnes.



Cette salle peut être séparée en deux par une cloison, ce qui permet d'obtenir une salle de 49 m² et une autre de 46 m². Les salles sont entièrement équipées, avec matériel vidéoprojecteur et susceptible d'être organisées en réunions avec des tables en U, pour de la restauration assise, en théâtre pour des conférences ou encore pour des cocktails.

- Une salle de réunion, au-dessus de l'accueil, de 50 m² pouvant accueillir jusqu'à 19 personnes

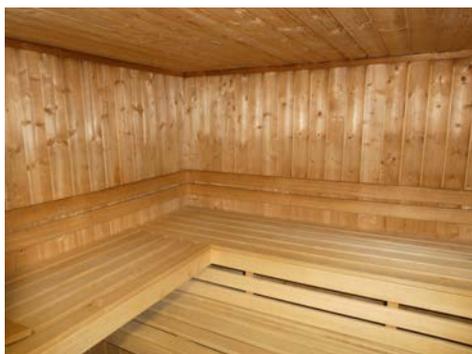
- Deux salles de détente : salle de jeux et salle TV



- Les espaces aquatiques en R-1 – véritable SPA
 - Piscine intérieure avec jacuzzi, nage à contre-courant et solarium – très bel équipement



- Hammam et sauna



- Vestiaires



Bâtiment Nord, anciennement colonie de vacances

▪ Les espaces communs

- La salle équipée d'un coin cuisine en auto-gestion de 48 m², pouvant accueillir jusqu'à 45 personnes.



- Le salon



- Les 10 chambres, vastes et fonctionnelles, sans charme, au décor minimaliste, non équipé de TV, avec de larges accès :

- RDC : deux chambres PMR

Chambre n°1 / 3 lits : 2 lits + 1 lit haut

Chambre n°2 / 3 lits : 1 lit + 1 lit haut + 1 couchette

- R+1 : 3 chambres

Chambre n°10 : 2 lits

Chambre n°11 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes

Chambre n°12 / 6 lits : 2 lits + 2 lits hauts + 2 couchettes

- R+2 : 3 chambres

Chambre n°21 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes

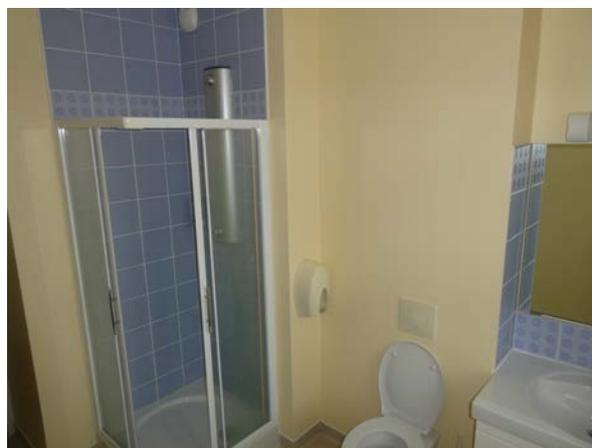
Chambre n°22 / 6 lits : 2 lits d'un côté de la salle de bains et 2 lits hauts + 2 couchettes de l'autre côté

Chambre n°23 : 2 lits

- R+3 : 2 chambres

Chambre n°31 / 6 lits : 4 lits + 2 couchettes, avec deux séparations paravent – WC et SDB séparés

Chambre n°32 / 4 lits : 2 lits + 2 couchettes – WC et SDB séparés



La grande majorité des chambres sont multi-couchages, ce qui est un vrai plus pour organiser des réunions familiales. La moyenne pour ces 10 chambres étant de 4 lits par chambre. Certaines chambres sont par ailleurs de véritables suites, avec salle de bains et toilettes séparées.

A noter que ce bâtiment Nord constitue une offre complète de type gîte de groupe en autonomie complète.

- 2 gîtes de 8 personnes (indépendants du Village-vacances)



| | | Points forts | Points faibles |
|--------------------------------|-----|--|---|
| Extérieur bâtiments | des | <ul style="list-style-type: none"> - Qualité de l'ensemble immobilier - Modernité - Qualité architecturale - Unicité, originalité et spécificité du site et de la structure - offre exceptionnelle compte tenu de l'emplacement | <ul style="list-style-type: none"> - Places de parking limitées (même s'il y a de l'espace au sein de la commune pour se garer) - Absence de parkings clos - Gîtes quelque peu délabrés |
| Hébergement | | <ul style="list-style-type: none"> - Offre multi-couchages avec lits d'appoint - Capacité jusqu'à 84 personnes (familles) et 21 personnes (professionnels) - Chambres spacieuses (> 20 m²) - Couloirs menant aux chambres larges, facilitant la circulation - Chambres modernes - Chambres avec SDB séparée (douches avec portes, lavabo, toilettes) - Présence de chambres PMR - Propreté | <ul style="list-style-type: none"> - Chambres peu décorées, peu chaleureuse et avec peu de charme (si ce n'est la présence de photographies de la Région) - Chambres très hautes de plafond - Chambres qui pourraient être mieux équipées : coin avec plateau de courtoisie (bouilloire, café, thé...), TV - Taille des lits limitée (80 x 190 cm et non King Size) - Offre en Twin et absence de lits matrimoniaux - Mobilier simple, basique et fonctionnel |
| Bar/restaurant | | <ul style="list-style-type: none"> - Salle principale avec bar + salle annexe pour les petits-déjeuners et les petits groupes - L'offre au Col du Béal permet d'offrir des choix aux clients (élément complémentaire) | <ul style="list-style-type: none"> - Équipements et matériels de la cuisine peu adaptés et peu entretenus - Qualité de la restauration limitée (industriel) - Mélange des clientèles / cantine pour les scolaires le midi en semaine, hors vacances scolaires |
| Salles de réunion et séminaire | | <ul style="list-style-type: none"> - Salles de réunion pouvant être multifonctionnelles (salle plénière, salles de travail) - Salles permettant l'organisation d'événements professionnels, de groupes, notamment associatifs ainsi que des événements familiaux (anniversaires, baptêmes, cousinades, mariages jusqu'à 80 personnes...) - Salles équipées (vidéoprojecteur, paper board...) | |
| Espace aquatique | | <ul style="list-style-type: none"> - Spécificité et richesse de l'offre par rapport à l'environnement | <ul style="list-style-type: none"> - Problèmes d'humidité |
| Dans l'ensemble | | <ul style="list-style-type: none"> - Capacité d'accueil importante, permettant d'accueillir des groupes (jusqu'à 84 personnes) - Offre modulable - Équipements de loisirs (piscine, jacuzzi, hammam, sauna, salle de jeux, salle de tv...) - Équipements pour la clientèle professionnelle (salles de réunion) - Bâtiment Nord pouvant être en auto-gestion, comme une offre de gîte | <ul style="list-style-type: none"> - Configuration de l'équipement peu adaptée aux mariages (restaurant et salles éloignés). De plus, la salle des fêtes communale à proximité ne dispose pas de cuisine - Absence d'ascenseur |

132 – Présentation de l'offre et de la clientèle actuelle – couples produit / marché et politique de produit

▪ Hébergement

Selon l'analyse des réservations actuelles sur l'hébergement, l'essentielle de la clientèle est constituée de groupes autour de plusieurs thématiques :

- Clientèle de travail dans le cadre de séminaires, avec le relais de quelques entreprises locales. Offre combinée avec la jasserie ;
- Clientèle familiale dans le cadre de regroupements comme les cousinades, anniversaires (excepté mariages) ;
- Clientèle associative de groupes et plus particulièrement les sportifs (cyclistes, randonneurs...) mais aussi les motards et le club du 3^{ème} âge, correspondant à une demande collective.

Les familles ou individuels sont notamment très peu présents sur l'équipement en juillet/août alors que la saison estivale amène un flux important de touristes.

▪ Restauration

Le restaurant a peu de clientèle extérieure et ne se positionne pas sur la restauration de passage. La clientèle de la restauration est essentiellement liée à l'hébergement, soit une restauration dérivée des réunions professionnelles, familiales et de la clientèle dite du village-vacances. Le restaurant sert aussi pour la cantine, la maison de retraite et la maison de l'enfance, qui oblige une exploitation quasi quotidienne, avec des charges fixes très élevées.

▪ Location de salles

Le VVLAO propose à la location trois à quatre salles, permettant essentiellement d'organiser des réunions ou séminaires pour la clientèle professionnelle mais aussi pour des manifestations familiales.

▪ Autres activités

Activités au sein du Village Vacances **Là O!**



Sophrologie
Le Mardi de 15h00 à 16h00
sur réservation



Aquagym
Le mercredi de 10h00 à 11h00
sur réservation



Café gourmand et espace aqualudique
Du lundi au samedi de 10h à 12h et de 14h à 16h
adultes 7,5 € - enfants 5 €
sur réservation

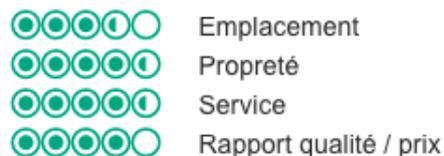
Ces activités permettent d'accueillir la population locale.

A noter que l'aquagym réunit jusqu'à 12 personnes tous les mercredis matin.

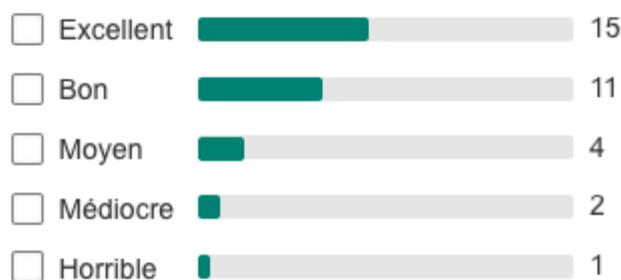
Le niveau de satisfaction des clientèles actuelles



4,0 Très bon  33 avis



33
avis



Sur les 33 avis de clients, le village-vacances recueille 15 avis « excellent », 11 avis « bon », 4 avis « moyen », 2 avis « médiocre » et 1 avis « horrible ».

En moyenne, le village-vacances obtient une note de 4/5 pour son emplacement, sa propreté, son service et le rapport qualité/prix. Soit un très bon score. En bonne correspondance avec la qualité structurelle de l'offre au regard de son site d'implantation.

Sources de satisfaction

Équipements / global

- « Le bâtiment est propre et agréable »
- « Propreté impeccable »
- « Parfait pour les groupes »
- « 57 petits et grands ont appréciés le site, la structure, la décoration, les chambres et la piscine »

Hébergement

- « Hébergement parfait »
- « magnifiques chambres avec matériaux nobles (chêne massif, granit), spacieuses, claires »

Salles de réunion

- « salle de réunion assez grande et fonctionnelle »

Les clients apprécient la **variété des équipements de détente et de loisirs** : « espace bien-être » ; « Piscine- spa - salle de billard » ; « Une salle de billard, une salle détente TV, un sauna, hammam, piscine couverte » ; « Salle de billard, salle de télé, salle de jeux, salle de conférences, le tout en état parfait et très propres » ; « avec piscine, sauna et hamman »

Restauration

- « repas très bons et copieux »
- « Vous découvrirez en cuisine les déclinaisons de recettes à la fourme d'Ambert »
- « Les repas étaient excellents et le cuistot pas avare de conseils »
- « Pension ou 1/2 pension avec une sympathique fondue à la fourme d'ambert et une omelette norvégienne »
- « Bonne cuisine du terroir »

Sources d'insatisfaction

Gestion

- « Facturation de l'hébergement supérieure au devis (heureusement rectifiée à notre demande mais sans un mot d'excuse) »
- « Facturation en sus de l'accès à la piscine pour les personnes du groupe non hébergées sur place »
- « Accueil inexistant »

Hébergement

- « chambres surchauffées »

Restauration

- « Petit déjeuner bas de gamme avec un seul croissant et des barquettes de confiture industrielle insipide, miel industriel... »
- « repas léger pour des cyclistes »
- « petit déjeuner vraiment light »
- « Impossibilité de récupérer les restes du buffet non consommés »

Personnel

- « le personnel d'une grande gentillesse et accessible »
- « bon accueil du personnel »
- « Accueil fort sympathique »
- « Le personnel est disponible, souriant et fort agréable »
- « En prime une jeune femme qui vous reçoit et qui vous sert souriante et d'une rare sympathie »
- « Excellent accueil »
- « Personnel très disponible »
- « Merci à tous pour votre accueil et votre disponibilité »
- « très convivial et un personnel au top »

Environnement

- « Lieu sympa »
- « idéal pour se ressourcer et découvrir de nouveaux horizons »
- « Village pittoresque qui mérite une halte »
- « Une nature riche vous attend à proximité (col du Béal - station de ski de Chalmazelle - parc du Livradois Forez ...) »
- « séjour agréable dans un endroit sympa »
- « Incroyable de trouver ce type de prestations dans un village tel que le Brugeron, très beau certes mais hélas assez peu touristique »

Analyse des 11 derniers commentaires postés de 2016 à septembre 2019

Tarifs 2019 Adultes - Familles

| HEBERGEMENT Nos Prix Par Personne | Tarifs journaliers nuitées HAUTE SAISON | Tarifs journaliers nuitées BASSE SAISON |
|---|---|---|
| Adulte seul | 62.00 € | 59.00 € |
| Adulte en chambre de 2 personnes | 37.50 € | 35.00 € |
| Adulte en chambre collective (+ de 3 pers) | 34.00 € | 31.00 € |

| REPAS | Adulte | Enfant de -12 ans |
|--|----------------|----------------------|
| Demi-Pension (dîner + petit-déjeuner) | 27.00 € | 18.50 € |
| Pension Complète (déjeuner, dîner + pdj) | 44.50 € | 29.50 € |
| Petit-déjeuner | 8.50 € | 6.50 € |
| Déjeuner ou Dîner | 18.50 € | 12.00 € |
| Visiteur Déjeuner ou Dîner | 22.00 € | 14.00 € |
| Pique-nique | 8.50 € | 6.50 € |

| Forfait Demi-pension par personne (Nuitée + 1 repas + petit-déjeuner) | Nuitée + 1 dîner + petit-déjeuner | Nuitée + 1 dîner + petit-déjeuner |
|---|---|---|
| Adulte seul en Demi-Pension | 89.00 € | 86.00 € |
| Adulte en Demi-Pension en chambre double | 64.50 € | 62.00 € |
| Adulte en Demi-Pension en chambre collective (+ de 3 pers) | 61.00 € | 58.00 € |
| Enfant en Demi-Pension de moins de 12 ans | 48.50 € | 46.00 € |
| Enfant de moins de 2 ans (Repas, lit et linge de lit non fournis) | Gratuit | Gratuit |

| Forfait Pension complète Minimum 20 personnes | Nuitée + 2 repas + petit-déjeuner | Nuitée + 2 repas + petit-déjeuner |
|--|---|---|
| Adulte seul en Pension Complète | 107.50 € | 104.50 € |
| Adulte en Pension Complète en chambre double | 83.00 € | 80.50 € |
| Adulte en Pension Complète en chambre collective (+ de 3 pers) | 79.50 € | 76.50 € |
| Enfant en Pension Complète de moins de 12 ans | 59.50 € | 57.00 € |
| Enfant de moins de 2 ans (Repas, lit et linge de lit non fournis) | Gratuit | Gratuit |

| OPTION CONFORT | Ménage chambre |
|---|-----------------------|
| Possibilité que votre chambre soit faite tous les jours et que le linge de toilette soit changé selon la demande. | 7 €/pers./jour |

Tarifs 2019 Groupes à partir de 30 personnes

| Nos Prix Par Personne | Haute saison | Basse saison |
|---|--------------|--------------|
| Adulte en Demi-Pension en chambre double | 61 € | 58 € |
| Adulte en Demi-pension en chambre collective (+ de 3 pers) | 56 € | 53 € |
| Enfant en Demi-Pension de moins de 12 ans | 46 € | 43 € |
| Enfant de moins de 2 ans (repas, lit et linge de lit non fournis) | Gratuit | Gratuit |
| | | |
| Adulte en Pension Complète en chambre double | 79.50 € | 76.50 € |
| Adulte en Pension Complète en chambre collective (+ de 3 pers) | 74.50 € | 71.50 € |
| Enfant en Pension Complète de moins de 12 ans | 57 € | 54 € |

Tarif Spécial Là Bas

**CHAMBRES COLLECTIVES A PARTIR DE 3 PERSONNES
SANS LINGE DE LIT ET TOILETTE**

| Nos Prix Par Personne | Haute saison | Basse saison |
|--|--------------|--------------|
| Adulte en chambre collective (sans repas) | 28 € | 25 € |
| Adulte en Demi-Pension en chambre collective | 49 € | 46 € |
| Enfant en Demi-Pension de moins de 12 ans | 39 € | 36 € |
| Adulte en Pension Complète en chambre collective | 67.50 € | 64.50 € |
| Enfant en Pension Complète de moins de 12 ans | 50 € | 47 € |

| REPAS | Adulte | Enfant de - 12 ans |
|--|---------|--------------------|
| Demi-Pension (dîner + petit-déjeuner) | 27.00 € | 17.50 € |
| Pension Complète (déjeuner, dîner + pdj) | 45.50 € | 29.50 € |
| Petit-déjeuner | 8.50 € | 6.50 € |
| Déjeuner ou Dîner | 18.50 € | 12.00 € |
| Visiteur Déjeuner ou Dîner | 22.00 € | 14.00 € |
| Pique-nique | 8.50 € | 6.50 € |

Tarifs 2019 Séminaires

Journée d'étude Prix par personne

| | |
|---|----------------|
| Le Journée d'Etude Inclus : ♦ Le déjeuner (entrée, plat, fromages, dessert, vin en pichet et café) | 23.50 € |
| Le forfait Journée d'Etude Inclus : ♦ Le déjeuner (entrée, plat, fromages, dessert, vin en pichet et café), ♦ Le café d'accueil, ♦ La pause de l'après-midi. | 33.50 € |
| Café d'accueil Matin : viennoiserie, café, thé, jus d'orange, corbeille de fruits. | 5 € |
| Pause Matin ou après-midi : petits gâteaux secs, café, thé, jus d'orange, corbeille de fruits. | 5 € |

Séminaire résidentiel

Prix par personne

| | | |
|--|--|---|
| Le Forfait Résidentiel Inclus : ♦ Le café d'accueil, ♦ Le déjeuner (entrée, plat, fromages, dessert, vin en pichet et café), ♦ Le dîner (entrée, plat, fromages, dessert et café)*, ♦ La chambre confort et le petit-déjeuner, ♦ L'accès à l'espace bien-être. | En chambre single 108 € | En chambre double 92.50 € En chambre collective 88 € |
| Le Forfait Semi-Résidentiel Inclus : ♦ Le café d'accueil, ♦ Le déjeuner (entrée, plat, fromages, dessert, vin en pichet et café) ou le dîner, ♦ La chambre confort et le petit-déjeuner, ♦ L'accès à l'espace bien-être. | En chambre single 90 € | En chambre double 80.50 € En chambre collective 76 € |

Location Salles

| | | |
|--|-------------------------------|------------------------------------|
| Salle 95m² 15.30M X 6.2M | La journée 270 € | La demi-journée 138 € |
| ♦ Salle de travail 48m² | 100 € | 50 € |

Nous disposons de 4 salles de réunion.
 Vous pouvez choisir la configuration de votre salle de réunion.
 Plénière, Classe, en U, en conseil d'administration, Multipôle, Réception.

| N° de salle | Surface | Longueur x largeur | Nombre maximal de participants | | | | | |
|-------------|-------------------|--------------------|--------------------------------|--------|------|-------|--------------|--------------------|
| | | | Plénière | Classe | En U | En CA | En multipôle | Réception Cocktail |
| 1 | 49 m ² | 7,90m x 6,20m | 40 | 25 | 24 | 24 | 24 | 45 |
| 2 | 46 m ² | 7,40m x 6,20m | 40 | 25 | 24 | 24 | 24 | 45 |
| 1 + 2 | 95 m ² | 15,30m x 6,20m | 90 | 70 | 56 | 56 | 60 | 100 |
| 3 | 50 m ² | 8,60m x 5,80m | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 |
| 4 | 48 m ² | 7,20m x 6,70m | 35 | 25 | 22 | 24 | 24 | 45 |

Tarifs 2017 Scolaires

| HEBERGEMENT par nuitée CLASSES MATERNELLE / PRIMAIRE | | Demi-Pension | Pension Complète | |
|---|--|----------------|------------------|-------------|
| Elève | | 32.50 € | 42.00 € | |
| Accompagnateur supplémentaire | | 36.70 € | 47.00 € | |
| Goûter | | 0.90 € | | |
| HEBERGEMENT par nuitée CLASSES COLLEGE / LYCEE | | Demi-Pension | Pension Complète | |
| Adulte supplémentaire sera facturé sur le tarif scolaire Collège/Lycée. | | | | |
| Étudiant | | 36.70 € | 47.00 € | |
| Accompagnateur supplémentaire | | 36.70 € | 47.00 € | |
| GRATUITE: Pour 1 accompagnateur par tranche de 30 étudiants. Adulte supplémentaire sur le tarif scolaire Collège/Lycée. | | | | |
| TARIF REPAS SUPPLEMENTAIRE | | Petit déjeuner | Déjeuner Dîner | Pique nique |
| Elève Maternelle/Primaire | | 5 € | 11 € | 5.50 € |
| Etudiant Collège/Lycée | | 8 € | 16 € | 8.50 € |
| Adulte | | 8 € | 16 € | 8.50 € |

ANIMATION:

L'animateur nature du Village Vacances établira le séjour en relation avec vos projets.

Coût pédagogique moyen pour 25 élèves avec animateurs compris:

- 231.00 € la journée
- 126.00 € la demi-journée

Nous contacter pour votre devis à la carte.

Idées de thématiques possibles, modulables selon vos choix d'activités. N'hésitez pas à nous contacter pour des projets spécifiques afin d'établir ensemble votre projet.



Tarifs 2019 Gîtes en gestion libre

| TARIFS LOCATION | Semaine | Week-End 2 nuitées | Nuitée | Taxe séjour adulte/jour |
|---|---------|-----------------------|--------|----------------------------|
| HAUTE SAISON Vacances scolaires Week-end Mai et Juin Ponts et jours fériés | 425 € | 184 € * | 92 € * | 0,65 € |
| BASSE SAISON Hors vacances scolaires Hors week-end Mai et Juin Hors ponts et jours fériés | 395 € | 174 € | 82 € | |

| AUTRES TARIFS TOUTES SAISONS | LOCATION | | Ménage fin de séjour |
|---------------------------------------|-------------------|----------------|-------------------------|
| | Linge litterie | Linge toilette | |
| | 10 € / pers. | 5 € /pers. | 50 € |

Possibilité d'accéder à l'espace bien être

du village vacances avec
piscine intérieure et spa (sauna,
hammam) pendant l'heure
d'ouverture de l'accueil :

5 € / adulte / séance.

3€ / enfant de moins de 12
ans / séance

**Les enfants doivent être
toujours accompagnés par un
adulte.**

Haute Saison :

Vacances scolaires.
Week-end Mai et Juin.
Ponts et Jours fériés.

Basse Saison:

Hors Vacances scolaires.
Hors Week-end Mai et Juin.
Hors Ponts et Jours fériés.

Remarques sur la politique tarifaire :

- Lits d'appoints au même tarif que les lits « standards »
- Lisibilité complexe des tarifs - tarif par personne et non par chambre

134 – Présentation de la gestion de l'équipement, de la politique commerciale et de communication

Le statut de l'équipement

Le Village-vacances « Le Brugeron » est géré par une Société Publique Locale (SPL) intitulée « Là Ô ».

La société publique locale est une structure juridique de droit privé, de nature commerciale (statut de société anonyme), avec un capital exclusivement public.

Les actionnaires sont les suivants :

- Communauté de communes Ambert Livradois Forez
- Communauté de communes Thiers Dore et Montagne (Communauté de communes du Pays de Courpière à l'origine)
- Le Parc Naturel Régional du Livradois-Forez

L'équipe

- 1 directrice à 40% au VVLAO et à 60% au Col du Béal ;
- 2 cuisiniers ;
- 1 CDI ;
- 1 CDD, également employé au Col du Béal (en fonction des besoins) ;
- des saisonniers viennent en complément lors de l'arrivée de groupes importants.

La démarche commerciale et de communication

Aucune démarche et aucune prospection ne sont entreprises pour commercialiser l'établissement. Les clients actuels ont connaissance du village-vacances essentiellement via le site internet, le site *grandsgîtes.com* et le bouche-à-oreilles. L'activité se développe uniquement sur appels téléphoniques entrants et d'importants besoins générés par quelques manifestations de sport-loisirs comme la course de Cyclo - les copains - Cyfac. Sans oublier la clientèle de motards.

De plus, il n'existe pas de véritable fichier clients exploitable pour des éventuelles relances, et encore moins de fichier prospects.

En matière de communication, l'établissement s'appuie sur un site internet qui présente assez bien l'offre globale. Il décrit et illustre très correctement les espaces proposés et les services disponibles mais il n'est pas mis à jour (exemple : tarifs pour les scolaires datant de 2017) et pas du tout mis en avant ou utilisé pour attirer les clients potentiels. Très faible référencement, quasiment inexistant.

- **Partenariats :**



Un prospectus présentant le village-vacances est disponible à l'Office de Tourisme.

**Livradois-
Forez**

PARC NATUREL
RÉGIONAL
EN AUVERGNE

A PAS DE
LYNX



"A pas de lynx" représente un bureau des accompagnateurs en montagne (AMM) sur le territoire du parc naturel régional du Livradois-Forez en Auvergne.



La location des trottinettes électriques tout terrain représente une activité ludique pour partir découvrir le patrimoine naturel et historique régional, dans le respect du milieu naturel.



La course rassemble 2 500 cyclistes chaque année, qui bénéficient d'un tarif spécial : 56 € pour 1/2 pension.

- **Salons**

Seule une présence en 2015 au Salon Nature à Lyon est relevé.

- **Présence en ligne et référencement :**

Le village-vacances est référencé sur *Groupcorner.com* (10% de commission sur chaque réservation).

Le remaquetage du site internet et la création de la page *Google My Business* a généré des demandes de devis, soit une augmentation de la demande.

Le village-vacances n'est plus référencé sur le site internet *Booking* car il est demandé une présence à l'accueil 24/24h.

Le village-vacances n'est pas non plus référencé sur le site internet *Relais Motards*, compte tenu du coût (800 € / an).

La réservation instantanée sur *Tripadvisor* n'est pas proposée.

Impact Internet sur les séjours / vacances

- En 2017, 88,8 % de la population française est connectée à Internet (79,5 % via un ordinateur, 67,9 % via un mobile, 38,5% via une tablette).
- E-commercialisation : en 2017, Internet représente la moitié du total des ventes pour l'hôtellerie.
- Mobilité : en 2017, le smartphone et la tablette représentent près d'un tiers de l'audience des sites institutionnels et privés. Chaque mois, les mobinautes passent en moyenne l'équivalent d'une journée entière sur leur smartphone.
- En 2017, pour les acteurs privés, le smartphone et la tablette représentent en moyenne 25 % du total des réservations en ligne.
- Réseaux Sociaux : en France, 6 millions d'annonceurs actifs sur Facebook, 2 millions sur Instagram.

Facebook : 18h24 de consultation moyenne mensuelle d'un utilisateur en 2017.

Youtube : 80% des Français de 16-24 ans y vont tous les jours.

Instagram : 300 millions de personnes accèdent aux stories Instagram chaque jour.

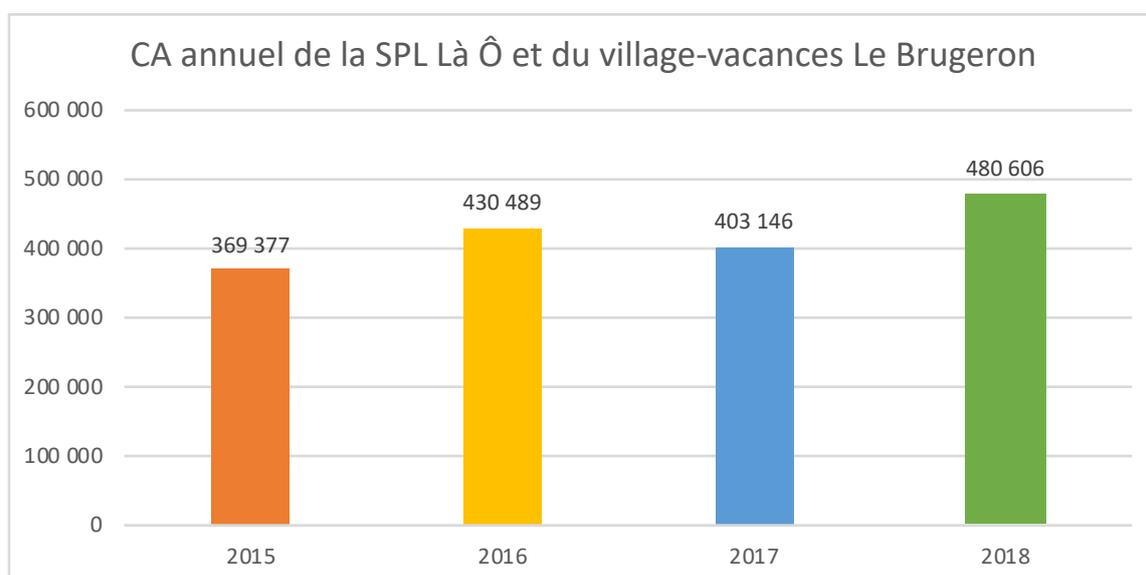
- Top 5 des Réseaux Sociaux dans le monde :
 - Facebook : 2,072 milliards d'utilisateurs actifs par mois
 - YouTube : 1,5 milliard
 - Instagram : 800 millions
 - Qzone : 638 millions
 - Twitter : 330 millions

Sources : Médiamétrie sept 2017 / mydigitalweek.com – étude KPMG 2017 / Verto Analytics.

135 - Les performances économiques de l'établissement

Recettes de la SPL Là Ô et du village vacances Le Brugeron

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|--------------------------------------|------------------|------------------|---------------------|---------------------|
| Chiffres d'affaires : | | | | |
| CA TTC VVLAO | 228 812,03 € | 287 175,94 | 256 212,34 | 291 571 € |
| CA TTC COL DU BEAL | 169 247,24 € | 187 023,78 | 187 563,91 | 189 035 € |
| CA TOTAL | 398 059 € | 430 489 € | 403 146 € | 480 606 € |
| Hébergement : | | | | |
| nuitée VVLAO | 1837 | 2260 | 1588 | 1400 |
| nuitée col du béal | 880 | 714 | 788 | 865 |
| CA Hébergement | 70217 € | 79824 € | 70043 € | 60210,50 |
| CA Hébergement Col du Béal | 17977 € | 15616 € | 17676 € | 17448 |
| Restauration : | | | | |
| nombre de repas VVLAO à 17,50€ | 3403 | 3823 | 3005 18,50/repas | 4804 18,50/repas |
| nombre de repas col du béal à 16,50€ | 6009 | 6263 | 6321 | 6299 |
| maison retraite et portage repas | 79 957,46 € | 91 378,54 | 90 667,18 | 95 620 |
| cantine | 21 741,18 € | 19 722,89 | 19 844,22 | 18 691 |
| TOTAL CA Restauration | 166 892 € | 271 605 € | 256 394 € | 307 118 |



➤ Compte de résultat - 2017

Compte de résultat

| | France | Exportations | 31/12/2017 | 31/12/2016 |
|--|----------------|--------------|----------------|----------------|
| Produits d'exploitation (1) | | | | |
| Ventes de marchandises | 9 488 | | 9 488 | 7 154 |
| Production vendue (biens) | 318 727 | | 318 727 | 336 299 |
| Production vendue (services) | 74 933 | | 74 933 | 87 037 |
| Chiffre d'affaires net | 403 146 | | 403 146 | 430 489 |
| Production stockée | | | | |
| Production immobilisée | | | | |
| Subventions d'exploitation | | | | 13 196 |
| Reprises sur provisions (et amortissements), transferts de charges | | | 853 | 1 210 |
| Autres produits | | | | |
| Total produits d'exploitation (I) | | | 403 999 | 444 895 |
| Charges d'exploitation (2) | | | | |
| Achats de marchandises | | | 3 658 | 2 947 |
| Variations de stock | | | -1 398 | 717 |
| Achats de matières premières et autres approvisionnements | | | 120 933 | 120 935 |
| Variations de stock | | | 13 | 454 |
| Autres achats et charges externes (a) | | | 143 180 | 151 084 |
| Impôts, taxes et versements assimilés | | | 6 094 | 2 634 |
| Salaires et traitements | | | 110 141 | 96 716 |
| Charges sociales | | | 42 490 | 37 808 |
| Dotations aux amortissements et dépréciations : | | | | |
| - Sur immobilisations : dotations aux amortissements | | | 326 | 326 |
| - Sur immobilisations : dotations aux dépréciations | | | | |
| - Sur actif circulant : dotations aux dépréciations | | | | |
| - Pour risques et charges : dotations aux provisions | | | | |
| Autres charges | | | | |
| Total charges d'exploitation (II) | | | 425 436 | 413 620 |
| RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II) | | | -21 437 | 31 275 |
| Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun | | | | |
| Bénéfice attribué ou perte transférée (III) | | | | |
| Perte supportée ou bénéfice transféré (IV) | | | | |
| Produits financiers | | | | |
| De participation (3) | | | | |
| D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3) | | | | |
| Autres intérêts et produits assimilés (3) | | | | |
| Reprises sur provisions et dépréciations et transferts de charges | | | | |
| Différences positives de change | | | | |
| Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement | | | | |
| Total produits financiers (V) | | | | |
| Charges financières | | | | |
| Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions | | | | |
| Intérêts et charges assimilées (4) | | | | |
| Différences négatives de change | | | | |
| Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement | | | | |
| Total charges financières (VI) | | | | |
| RESULTAT FINANCIER (V-VI) | | | | |
| RESULTAT COURANT avant impôts (I-II+III-IV+V-VI) | | | -21 437 | 31 275 |
| Produits exceptionnels | | | | |
| Sur opérations de gestion | | | 17 | 5 061 |
| Sur opérations en capital | | | | |
| Reprises sur provisions et dépréciation et transferts de charges | | | | |
| Total produits exceptionnels (VII) | | | 17 | 5 061 |
| Charges exceptionnelles | | | | |
| Sur opérations de gestion | | | 9 | 5 019 |
| Sur opérations en capital | | | | |
| Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions | | | | |
| Total charges exceptionnelles (VIII) | | | 9 | 5 019 |
| RESULTAT EXCEPTIONNEL (VII-VIII) | | | 8 | 42 |
| Participation des salariés aux résultats (IX) | | | | |
| Impôts sur les bénéfices (X) | | | | |
| Total des produits (I+III+V+VII) | | | 404 016 | 449 956 |
| Total des charges (II+IV+VI+VIII+IX+X) | | | 425 445 | 418 639 |
| BENEFICE OU PERTE | | | -21 429 | 31 317 |
| (a) Y compris : | | | | |
| - Redevances de crédit-bail mobilier | | | | |
| - Redevances de crédit-bail immobilier | | | | |
| (1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs | | | | |
| (2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs | | | | |
| (3) Dont produits concernant les entités liées | | | | |
| (4) Dont intérêts concernant les entités liées | | | | |

Compte de résultat détaillé

| | du 01/01/17 au 31/12/17 12 mois | % | du 01/01/16 au 31/12/16 12 mois | % | Variation absolue (montant) | Var. abs. (%) |
|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------|---------------------------------------|---------------|-----------------------------------|---------------------|
| PRODUITS | | | | | | |
| Ventes de marchandises | | | | | | |
| 707000 - VENTE DIVERS 20% | 67,92 | 0,02 | 224,50 | 0,05 | -156,58 | -69,75 |
| 707010 - VENTE DIVERS 5.5% | 9 418,45 | 2,34 | 6 929,02 | 1,61 | 2 489,43 | 35,93 |
| | 9 486,37 | 2,35 | 7 153,52 | 1,66 | 2 332,85 | 32,61 |
| Production vendue | | | | | | |
| 701100 - VENTE BAR 20% | 30 824,91 | 7,65 | 34 393,66 | 7,99 | -3 568,75 | -10,38 |
| 701110 - VENTE BAR 10% | 31 506,89 | 7,82 | 30 299,56 | 7,04 | 1 207,33 | 3,98 |
| 701210 - VENTE RESTAURANT 10% | 168 516,96 | 41,80 | 184 991,13 | 42,97 | -16 474,17 | -8,91 |
| 701230 - VENTE PORTAGE REPAS 5.5% | 87 878,31 | 21,80 | 86 614,73 | 20,12 | 1 263,58 | 1,46 |
| 706000 - VENTE HEBERGEMENT 10% | 70 043,43 | 17,37 | 79 824,05 | 18,54 | -9 780,62 | -12,25 |
| 706040 - VENTE SALLE SEMINAIRE 20% | 1 987,50 | 0,49 | 2 942,75 | 0,68 | -955,25 | -32,46 |
| 706080 - VENTE ANIMATION 20% | 2 901,66 | 0,72 | 4 089,07 | 0,95 | -1 187,41 | -29,04 |
| 706082 - OBSERVATOIRE | | | 180,92 | 0,04 | -180,92 | -100,00 |
| | 393 659,66 | 97,65 | 423 335,87 | 98,34 | -29 676,21 | -7,01 |
| Production stockée | | | | | | |
| Subventions d'exploitation | | | | | | |
| 740000 - SUBVENTIONS D'EXPLOITATION | | | 13 196,16 | 3,07 | -13 196,16 | -100,00 |
| | | | 13 196,16 | 3,07 | -13 196,16 | -100,00 |
| Autres produits | | | | | | |
| 791000 - TRANSFERT DE CHARGES D'EXPL | 852,84 | 0,21 | 1 209,58 | 0,28 | -356,74 | -29,49 |
| | 852,84 | 0,21 | 1 209,58 | 0,28 | -356,74 | -29,49 |
| Total | 403 998,87 | 100,21 | 444 895,13 | 103,35 | -40 896,26 | -9,19 |

En 2017, le CA total de la SPL est de l'ordre de 400 K €, reparti comme suit :

- Restaurant : 43% du CA
- Portage des repas : 22% du CA
- Hébergement : 18% du CA
- Bar : 16% du CA
- Ventes de marchandises (correspondant à la boutique du Col du Béal) : 2,3% du CA
- Animations : 0,7% du CA
- Location de salles : 0,5% du CA

➤ Soldes intermédiaires de gestion - 2017 :

Tableau des Soldes Intermédiaires de Gestion

| | 31/12/2017 | % | 31/12/2016 | % |
|---|----------------|---------------|----------------|---------------|
| Ventes de marchandises | 9 486 | 100,00 | 7 154 | 100,00 |
| Achats de marchandises | 3 658 | 38,56 | 2 947 | 41,19 |
| Variation stocks de marchandises | -1 398 | -14,73 | 717 | 10,03 |
| Marge commerciale | 7 226 | 76,17 | 3 490 | 48,78 |
| Ventes de produits finis et travaux | 318 727 | 80,97 | 336 299 | 79,44 |
| Ventes de services | 74 933 | 19,03 | 87 037 | 20,56 |
| Production stockée | | | | |
| Production immobilisée | | | | |
| PRODUCTION EXERCICE | 393 660 | 100,00 | 423 336 | 100,00 |
| Achats matières et consommables | 120 933 | 30,72 | 120 935 | 28,57 |
| Variation stocks de matières | 13 | | 454 | 0,11 |
| Sous-Traitance | | | | |
| Marge de production | 272 714 | 69,28 | 301 947 | 71,33 |
| ACTIVITE | 403 146 | 100,00 | 430 489 | 100,00 |
| MARGE GLOBALE | 279 940 | 69,44 | 305 436 | 70,95 |
| Autres achats et charges externes | 143 180 | 35,52 | 151 084 | 35,10 |
| VALEUR AJOUTÉE | 136 760 | 33,92 | 154 353 | 35,86 |
| Subventions d'exploitation | | | 13 196 | 3,07 |
| Impôts & taxes | 6 094 | 1,51 | 2 634 | 0,61 |
| Salaires | 110 141 | 27,32 | 96 716 | 22,47 |
| Charges sur salaires | 42 490 | 10,54 | 37 808 | 8,78 |
| EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION | -21 964 | -5,45 | 30 391 | 7,06 |
| Autres produits , Reprise amortissements | 853 | 0,21 | 1 210 | 0,28 |
| Autres Charges | | | | |
| Dotations amortissements et provisions | 326 | 0,08 | 326 | 0,08 |
| RESULTAT D'EXPLOITATION | -21 437 | -5,32 | 31 275 | 7,26 |
| Opérations en commun | | | | |
| Produits financiers | | | | |
| Charges financières | | | | |
| Résultat financier | | | | |
| RESULTAT COURANT | -21 437 | -5,32 | 31 275 | 7,26 |
| Produits exceptionnels | 17 | | 5 061 | 1,18 |
| Charges exceptionnelles | 9 | | 5 019 | 1,17 |
| Résultat exceptionnel | 8 | | 42 | 0,01 |
| Impôts sur les bénéfices et participation | | | | |
| RESULTAT NET | -21 429 | -5,32 | 31 317 | 7,27 |

Les deux exploitations du VVLAO et du gîte-auberge du Béal sont regroupées, avec un chiffre d'affaires compris entre 400k et 500k € TTC. Ce montant intègre les 100k € TTC générés par les besoins d'une part, de la maison de retraite et de la maison de l'enfance et d'autre part, de la cantine de l'école. Le volume de nuitées du village-vacances en 2018 est de seulement 1 400 nuitées, très loin des prévisionnels irréalistes de 9 000 nuitées retenues dans l'étude de faisabilité d'Alliance, avec une restauration dérivée évaluée en 2018 à quelques 2 600 repas. Ainsi, le chiffre d'affaires global est de 292k € TTC. Évidemment très loin d'une rentabilité pour une telle exploitation, avec des charges de structure très importantes, malgré les subventions obtenues à l'époque.

La restauration représente ainsi le domaine d'activités principal (en termes de chiffre d'affaires) mais il apporte des contraintes importantes pour le village-vacances avec 2 cuisiniers (50% du personnel) et une ouverture toute l'année, lors de périodes touristiques creuses. La fourniture quotidienne de repas implique également un type de restauration de type fonction.

A noter qu'économiquement, le village-vacances Là Ô n'a pas trouvé d'équilibre. Le fonctionnement permet de payer le quotidien seulement. La Communauté de communes a abandonné le recouvrement des loyers car la structure n'est plus en capacité de les payer. L'équipement au Col du Béal se suffit à lui-même économiquement et permet de participer au déficit structurel du village-vacances au Brugeron.

14 – MATRICE SWOT RECAPITULATIVE

| FORCES | FAIBLESSES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Unicité, originalité et spécificité du site et de la structure • Offre structurelle exceptionnelle compte tenu de l'emplacement : qualité du site, de l'offre structurelle et architecturale ; Modernité ; Importante capacité d'accueil • Multiplicité d'équipement et de services permettant de séduire plusieurs types de besoins et de demandes : <ul style="list-style-type: none"> - Vacances familiales d'été et d'hiver - Tourisme et loisirs de groupes associatifs et familiaux - Événementiel familial et professionnel (réunions et séminaires) • Bonne réputation, notamment sur internet, ce qui souligne la satisfaction des clients • Site internet vitrine du Brugeron • Complémentarité des offres avec la Jasserie, bénéficiant d'un positionnement clair | <ul style="list-style-type: none"> • Carence totale de commercialisation, classique ou numérique • Mélange des genres et absence de choix marketing stratégiques en termes de priorités • Exploitation écartelée entre des besoins et des marchés spécifiques pour une telle structure. Peu de recettes pour des charges très lourdes • Une équipe assez peu sereine, voire quelque peu inquiète avec un business modèle à revoir • Un nom, une dénomination qui ne traduit qu'un volet de l'activité |
| OPPORTUNITES | MENACES |
| <ul style="list-style-type: none"> • Le Brugeron bénéficie d'une bonne localisation, au sein d'ALF, territoire aux multiples richesses, à la fois économiques, culturelles, sportives et de loisirs, touristiques... • Lieu propice aux rassemblements familiaux du fait de sa situation géographique • Travail sur l'attractivité du territoire mené par la Communauté de commune • Dynamisme économique • Environnement touristique exceptionnel (PNR, « Territoire d'excellence pleine nature »), bénéficiant de nombreuses activités diversifiées, en toutes saisons • Concurrence directe limitée | <ul style="list-style-type: none"> • Le territoire d'Ambert Livradois Forez fait face à un problème d'image • Le territoire connaît des contraintes d'accès, avec quelques liaisons difficiles • Le territoire d'ALF est déficitaire en termes de population, qui de plus est vieillissante • Les entreprises du territoire connaissent des difficultés de recrutement • Globalement, un marché de l'événementiel professionnel en repli depuis quelques années • Le Brugeron n'est pas à proprement parlé un lieu de destination touristique • Concurrence directe avec un HR privé « La vie en rose » sur la commune Le Brugeron, même si la clientèle est quelque peu différente, notamment du fait de la capacité plus faible de cet HR ne pouvant pas accueillir de groupes • Concurrence des village-vacances Saviloisirs, Azureva, VVF Les Monts du Forez ainsi que du Domaine des Plaines |

- PARTIE 2 - MISE EN ÉVIDENCE DES CLIENTÈLES POTENTIELLES

21 – LA CLIENTÈLE DE TOURISME

211 – Définition

La clientèle de tourisme est une clientèle diffuse qui se déplace pour les vacances et qui s'arrête dans les offices de tourisme, syndicats d'initiatives et les sites touristiques, ou qui consulte Internet. Il s'agit d'une clientèle qui se déplace pour de courts séjours : 1,7 jour en moyenne, dans la région. Elle recherche la beauté et la diversité des paysages, le calme, les produits du terroir et la gastronomie locale, l'environnement préservé, la nature, le patrimoine historique et les activités de pleine nature.

Cette clientèle peut être définie selon les deux catégories suivantes :

- ***la clientèle touristique individuelle/familles et de groupements de particuliers, françaises et étrangères***
 - La clientèle touristique individuelle présente tout au long de l'année avec des pics de fréquentation aux mois de juillet, août et septembre dont le profil est plutôt des couples, amis ou membres de la même famille.
 - Avec une spécificité pour la pratique du ski et des raquettes l'hiver (janvier et février) ainsi qu'un important patrimoine et tourisme « vert » aux alentours, notamment pour la pratique d'activités de plein air l'été (juillet et août).

- ***la clientèle touristique française de groupes***
 - La clientèle touristique de groupes d'adultes, associatives et/ou de loisirs, dans la cadre de courts séjours, présente aux mois d'avril, mai, juin, juillet, août et septembre, de type randonneurs, cyclotouristes, motards.
 - La clientèle touristique issue des Tours Opérateurs, à la recherche de séjours spécifiques et présente pendant les mois d'avril, mai, juin, juillet, août et septembre.
 - La clientèle touristique de groupements professionnels, dans le cadre de séminaires. Des professionnels qui pourront se positionner en tant que prescripteurs auprès de leurs clients ou fournisseurs et de services pour une offre d'hébergement mais également dans le cadre de réunions et/ou de séminaires professionnels d'une durée d'un ou plusieurs jours, en semaine, tout au long de l'année.

De nouveaux modes de consommation dûs à la conjoncture économique

Les 5 comportements les plus adoptés par les touristes face à la conjoncture :

1. Comparer de plus en plus les prestations touristiques
2. Réserver de plus en plus ses séjours sur Internet
3. Forte progression des réservations via les agences de voyages en ligne
4. Partir en France plutôt qu'à l'étranger
5. Consommer durant le voyage d'une manière collaborative

Plus souvent mais moins longtemps

Les Français (en premier lieu, les retraités qui sont de plus en plus nombreux) partent plus souvent, mais moins longtemps.

Auparavant le vacancier avait tendance à privilégier les longs séjours en été, il va désormais fragmenter ses périodes de congés et les dispatcher tout au long de l'année. On part encore quelques semaines en été, mais on va essayer de trouver de bonnes offres hors saison pour des week-ends prolongés par exemple.

C'est le phénomène des city-break qui se développe de plus en plus, notamment chez les classes moyennes et les classes aisées. Une autre tendance accentue ce phénomène: les nouvelles habitudes des familles recomposées qui obligent au morcellement des vacances.

Moins loin : par souci de budget ou de « retour aux sources »

Une partie des Français qui avait l'habitude de partir à l'étranger se tourne désormais vers l'Hexagone, à la fois pour des raisons économiques et de contexte dans certaines régions du Monde mais aussi parce qu'il y a un vrai désir de découvrir ou redécouvrir le territoire national.

Nouveaux modes de consommations : les voyages collaboratifs

La situation économique actuelle fait que le budget vacances est bien souvent le premier à pâtir. Les vacanciers se sont massivement tournés vers un nouveau mode de consommation: l'hébergement et les services de voyages collaboratifs. La naissance et l'expansion de plateformes promouvant le couchsurfing (hébergements gratuits chez l'habitant), les locations entre particuliers et autres services CtoC (type Airbnb, HouseTrip ou encore HomeAway) en sont la preuve.

« 39% des Français ont déjà pratiqué une activité de partage pendant leurs vacances, selon une étude d'Easyvoyage. »

Une clientèle surinformée

Il est loin le temps où le catalogue était la seule façon de se renseigner sur un lieu de vacances et l'unique moyen d'obtenir des avis pertinents. Avec le succès croissant des technologies et leur utilisation (82 % des français sont des internautes), les consommateurs sont devenus au fil des années, des connaisseurs capables de trouver les meilleures offres et de déjouer les éventuels pièges. L'explosion des réservations en ligne, notamment pour les hébergements touristiques en est un.

Les avis et les blogs : critères de choix pour un hébergement

Les critères décisifs pour le choix d'un hébergement sont le prix (76 %) et sa localisation (68 %). On apprend même que 44 % des touristes ont choisi leur dernier hébergement en se basant uniquement sur l'avis en ligne des autres voyageurs.

Les 3 principales sources d'informations sont : - Les sites d'avis dans le tourisme (69 %). Les agences de voyages en ligne (57 %) - Les sites Web de tours-opérateurs (56 %).

exemple flagrant. 73 % ayant préparé leurs séjours en ligne en 2014 ont ensuite réservé via ce même canal. Le client est passé du consommateur peu averti au client expert et sur-informé. Il passe de plus en plus par des comparateurs de prix, s'appuie sur les réseaux sociaux et les avis. Il est devenu actif : il ne subit plus mais dicte ses règles. Il passe quelquefois de l'achat programmé à l'achat d'opportunité (d'où le succès des ventes privées).

La révolution du tourisme collaboratif

Le tourisme collaboratif est en pleine explosion. Pour des raisons humaines et économiques, de nombreux touristes s'orientent vers ce système. En 2015, 11 % des Français se disent prêts à opter pour un séjour « partagé » en se tournant vers des sites Internet de commerce collaboratif comme BlablaCar ou Drivy pour les transports et Airbnb ou HomeAway pour les logements, selon une étude d'EasyVoyage menée auprès de 1720 personnes (juin 2015).

Le mobile, l'outil incontournable

Le téléphone portable, dont l'utilisation est dynamisée par la démocratisation des smartphones devient l'objet universel. Aujourd'hui, avec leurs téléphones mobiles, les Français restent connectés à Internet où qu'ils soient.

9 voyageurs sur 10 restent connectés à leur mobile pendant leurs vacances.

Les usages liés au tourisme

Aujourd'hui 37 % des consommateurs dans le monde accèdent à Internet via un terminal mobile pour des usages liés au tourisme (source : MDG Advertising, juillet 2014).

Le touriste de plus en plus nomade, souhaite donc pouvoir se connecter facilement avec son portable (Wi-Fi), et trouver de nouveaux services liés à sa mobilité.

Augmentation des réservations via les mobiles

Selon la dernière étude de PhoCusWright, European Traveler Technology Survey 2015, **31 % des possesseurs de smartphones ont utilisé un mobile pour réserver un hôtel en 2014 contre 25 % en 2013** en France, en Allemagne et au Royaume-Uni.

Wi-Fi: un critère de choix pour les touristes

Le Wi-Fi gratuit est le critère n° 1 pour choisir un hôtel, même pendant des vacances. Il l'est pour **56 % des voyageurs d'affaires**, beaucoup bénéficiant de leur propre système de connexion. De tous les services, **66% souhaitent que le Wi-Fi gratuit soit proposé avec une connexion ultra-rapide**. **Le critère Wi-Fi gratuit devance de loin le parking et le petit-déjeuner gratuit.**

213 - Présentation des caractéristiques de la clientèle touristique de la région Auvergne-Rhône-Alpes

CLIENTELES FRANÇAISES

PRINCIPAUX INDICATEURS

Source : Kantar - Suivi de la Demande Touristique Française -2018



3^{ème}
région

CHOISIE PAR LES TOURISTES FRANÇAIS AVEC 10,6%

des nuitées françaises derrière l'Occitanie (12,5%) et la Nouvelle-Aquitaine (11,7%)



1^{ÈRE} DESTINATION

choisie par les touristes français en hiver



1^{ÈRE} DESTINATION MONTAGNE AVEC 49%

des nuitées annuelles, loin devant l'Occitanie (18,9%) et PACA (12,5%)



1^{ÈRE} DESTINATION POUR LES HEBERGEMENTS LOCATIFS

14,6% des nuitées réalisées en France.

Auvergne-Rhône-Alpes se distingue des autres régions françaises par une répartition assez équilibrée entre l'été élargi (mai à septembre inclus) qui regroupe 52% des nuitées et l'hiver élargi, (décembre à avril inclus) qui représente 40% des nuitées. La saison hiver est de 12 points supérieure à la moyenne nationale.

En termes de profils, les visiteurs de notre région se distinguent de la moyenne nationale de la manière suivante : 56% d'entre eux résident dans un ménage dont le revenu mensuel est supérieur à 3 000 €, soit 6,5 points de plus que la moyenne nationale. Cela se vérifie par un poids supérieur de cadres et professions libérales et professions intermédiaires.

Depuis la crise économique de 2008, les touristes ont davantage tendance à privilégier le logement chez les parents et les amis. Ainsi 62% des nuitées se déroulent dans les hébergements affinitaires au niveau national, contre 58% en région. Cet écart de 4 points signifie que la destination Auvergne-Rhône-Alpes est davantage choisie pour des raisons d'agrément que de pure opportunité.

L'attractivité touristique de la région a un impact sur le poids économique généré : lorsque l'on choisit une destination pour elle seule, la propension à se rendre dans un hébergement marchand est importante. En choisissant ce dernier, un touriste dépense en moyenne 3 fois plus qu'un touriste en logement non marchand.

COMPOSITION DU GROUPE

| | HIVER AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ÉTÉ AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ANNÉE AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ANNÉE FRANCE |
|------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| Ménages sans enfant | 66,7% | 73,4% | 71,8% | 72,6% |
| 1 adulte seul | 26,5% | 26,0% | 27,0% | 25,3% |
| 2 adultes | 29,8% | 38,9% | 35,5% | 39,8% |
| 3 adultes ou plus | 10,4% | 8,5% | 9,3% | 7,6% |
| Ménages avec enfant(s) | 33,3% | 26,6% | 28,2% | 27,4% |
| 1 adulte et 1 ou des enfants | 4,1% | 2,9% | 3,4% | 3,5% |
| 2 adultes et 1 enfant | 7,0% | 6,1% | 6,2% | 6,3% |
| 2 adultes et 2 enfants | 11,1% | 8,9% | 9,1% | 8,3% |
| 2 adultes et 3 enfants ou plus | 4,3% | 4,1% | 4,0% | 3,5% |
| 3 adultes ou plus avec des enfants | 6,8% | 4,6% | 5,4% | 5,8% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

MOTIF DE SEJOUR

| | HIVER AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ETE AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ANNEE AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ANNEE FRANCE |
|------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| Vacances, loisirs | 60,7% | 63,6% | 60,3% | 57,6% |
| Visite chez la famille ou les amis | 31,5% | 27,1% | 30,6% | 33,7% |
| Motif de santé | 1,7% | 4,0% | 3,1% | 2,5% |
| Etude ou séjour linguistique | 3,6% | 0,9% | 2,0% | 1,1% |
| Autre motif personnel | 2,5% | 4,3% | 4,0% | 5,1% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

HEBERGEMENT

| | HIVER AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ETE AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ANNEE AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | ANNEE FRANCE |
|--|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| Location, Gîte rural et chambre d'hôte | 25,8% | 19,9% | 21,5% | 15,3% |
| Autre hébergement payant | 11,3% | 6,2% | 7,9% | 5,9% |
| Camping | 1,4% | 11,4% | 6,6% | 9,9% |
| Hôtel | 5,5% | 6,8% | 6,3% | 6,9% |
| Chez quelqu'un de la famille | 34,6% | 28,7% | 32,2% | 35,4% |
| Résidence secondaire du foyer | 10,8% | 15,4% | 14,1% | 16,9% |
| Chez des amis | 9,3% | 9,2% | 9,5% | 7,7% |
| Autre hébergement non payant | 1,3% | 2,4% | 1,9% | 2,0% |
| Hébergement marchand | 44,0% | 44,3% | 42,4% | 38,0% |
| Hébergement non-marchand | 56,0% | 55,7% | 57,6% | 62,0% |
| TOTAL | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

CLIENTELES ETRANGERES

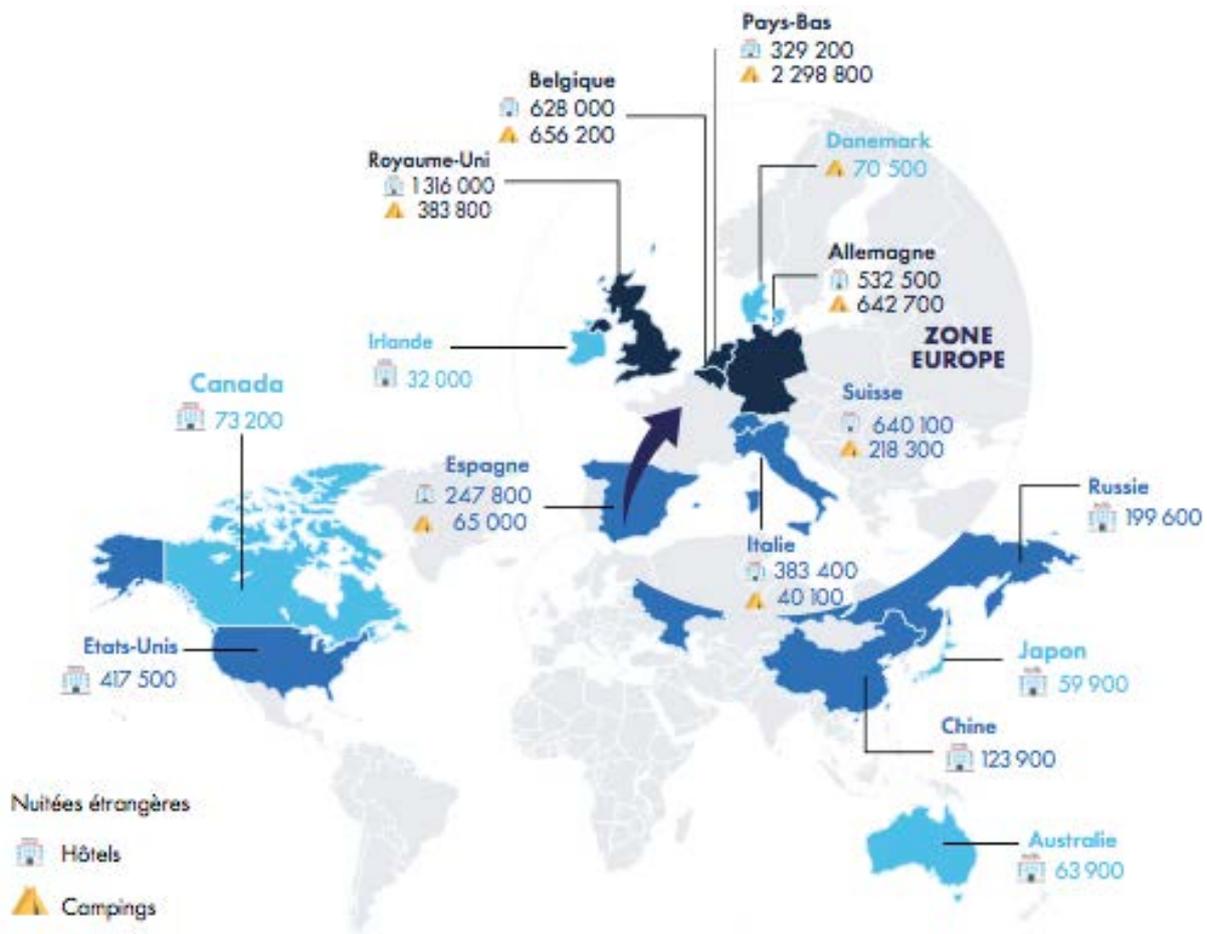
PRINCIPAUX INDICATEURS

Sources : DGE, Banque de France, enquête EVE



L'enquête EVE (Enquête auprès des Visiteurs Étrangers) réalisée par la DGE place la région Auvergne-Rhône- Alpes en 3^{ème} position des régions choisies par les visiteurs internationaux en 2017.

Cette enquête permet d'avoir un rang quantitatif mais ne permet pas le détail des nationalités à l'échelle régionale.



Les principaux indicateurs économiques

PRINCIPAUX INDICATEURS

Sources : Insee, DGE, Comptes Satellites du Tourisme régionalisés, Kantar



CONSUMMATION TOURISTIQUE GLOBALE



214 - Présentation des caractéristiques de la clientèle touristique du Puy-de-Dôme

Une clientèle principalement familiale, française et de proximité :

Si la clientèle familiale baisse en Auvergne, elle reste majoritaire et surreprésentée par rapport au niveau national dans le Puy-de-Dôme (28% contre 24% en France). Le rajeunissement des clientèles se confirme parallèlement et les 15 - 34 ans représentent 33% de nos visiteurs.

L'offre auvergnate attire une clientèle adepte d'activités dites « douces », plutôt peu onéreuses (balades) ce qui explique l'importance des familles et des plus de 50 ans (41% des visiteurs).

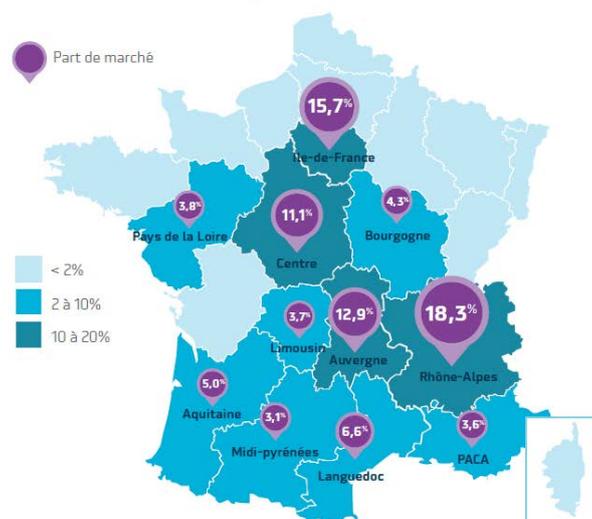
L'augmentation des plus jeunes est liée à l'évolution positive de l'image de la destination.

Les visiteurs français proviennent principalement des régions voisines : Rhône- Alpes (18,3%), Ile-de-France (15,7%), Auvergne (12,9%), Centre (11,1%), Languedoc (6,6%), Aquitaine (5%), Pays-de-la-Loire (3,8%) et Limousin (3,7%). 8 clients sur 10 viennent de ces 8 régions (74%). L'autoroute A 89 entraîne une évolution constante des clients de l'Aquitaine.

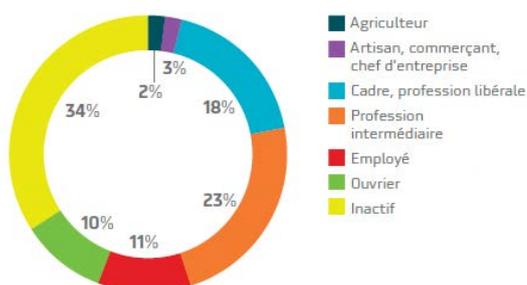
La clientèle en chiffres



Origine des clients français



Professions et CSP des clients : Les professions intermédiaires et les retraités plus présents que dans les autres départements (4 points de plus qu'en France).



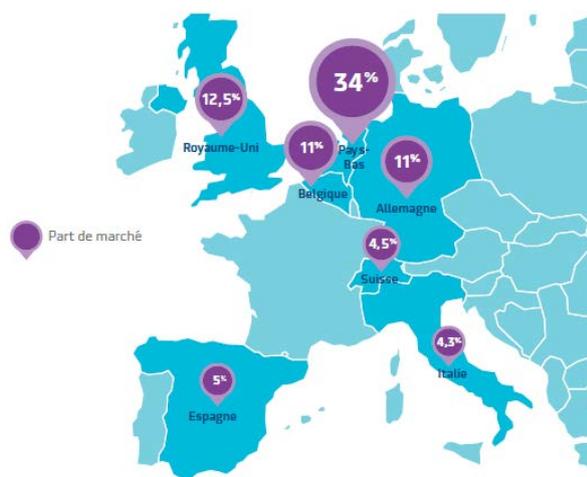
Une destination qui ne séduit pas suffisamment les étrangers, malgré les nombreux efforts entrepris pour attirer les clients étrangers, les visiteurs français sont largement plus nombreux dans le Puy-de-Dôme que dans le reste de la France. Alors que la part des nuitées des clients étrangers dans les autres départements français est supérieure à 36%, elle atteint péniblement 14% dans le département. La trop faible offre haut de gamme en hébergement semble être la cause de ce désamour.

Origine des clients étrangers : 88% de clients européens et essentiellement d'Europe du Nord :

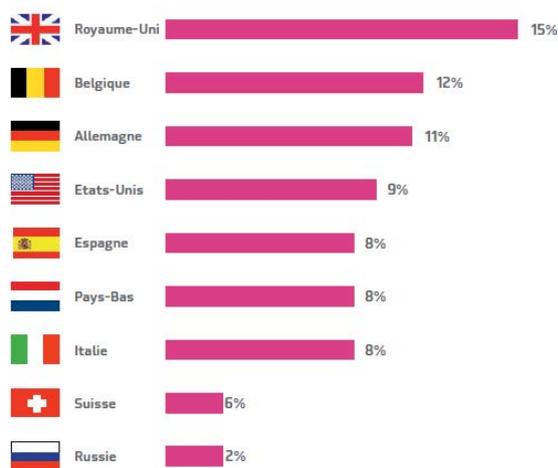
Les néerlandais réalisent 34% des nuitées étrangères mais ils sont en forte baisse depuis 2 années, devant le Royaume-Uni (12,4%) et l'Allemagne (11%). Les belges réalisent 11% des nuitées et sont moins présents. Enfin l'Espagne (5%), l'Italie (4,3%) et la Suisse sont en légère progression.

On notera l'explosion des clients américains en hôtellerie : 150% d'augmentation ce qui les place sur la 4ème marche du podium puydômois avec 9% des nuitées.

Origine des clients étrangers



Répartition de la clientèle étrangère en hôtellerie



Source : L'économie du tourisme dans le Puy-de-Dôme – Edition 2015 (dernière version) - Conseil Départemental du Puy-de-Dôme

215 - La clientèle de groupe touristique

Elle est présente par l'intermédiaire de tours opérateurs et d'autocaristes.

La consommation « autocariste » se concentre sur les week-ends, essentiellement du vendredi au dimanche, particulièrement en mai, juin, septembre et octobre.

Les autocaristes, majoritairement consommateurs, sont ceux qui sont hors zone régionale, en termes de consommation directe et sur le territoire régional, en termes de prescription. Ils privilégient la réalisation de circuits touristiques sur demande.

Les groupes autocaristes organisant des courts séjours en Auvergne, plus particulièrement au sein des Parcs Naturels Régionaux des Volcans d'Auvergne et du Livradois-Forez, sont à la recherche d'une offre d'hébergement et/ou de restauration sur le territoire.

POTENTIALITÉS AU NIVEAU DE L'HEBERGEMENT & DE LA RESTAURATION / TOURISME INDIVIDUEL ET DE GROUPE

1/ Une clientèle touristique, française et/ou étrangère, se déplaçant sur les différents sites touristiques, désirant séjourner quelques jours sur le territoire. La clientèle touristique est une clientèle qui se déplace pour les vacances et qui, par conséquent, est à la recherche d'un hébergement le temps de son séjour. Cette clientèle est essentiellement présente en période estivale (juillet-août), durant les week-ends et en période de ponts à la mi-saison (avril/mai/juin et septembre), sans oublier une petite période hivernale pour les activités liées à la neige et en complément des sites de proximité. Cette clientèle est à la recherche d'hébergement de qualité susceptible d'offrir tout un ensemble de services annexes - dont la restauration du soir - mais aussi des structures de loisirs ou de détente comme une piscine, un SPA...

En Auvergne et dans le Puy-de-Dôme, il s'agit essentiellement d'une clientèle familiale qui recherche des infrastructures et des équipements en multi-couchage. Elle consulte de plus en plus internet, qui devient un outil de communication, de commercialisation et de réservation important. La clientèle familiale se concentre sur les périodes de vacances scolaires. Quant aux ailes de saison, elles attirent les couples jeunes et jeunes retraités.

2/ Une clientèle liée à l'organisation de quelques événements phares sur le territoire, en particulier le festival jeune public « Mystères & Bulles de Mômes © », offre culturelle riche, variée et accessible aux enfants et jeunes de la communauté de communes, aux résidents secondaires et aux touristes ; le Festival Ambert World Dance & Music Festival : depuis sa création en 1989, le festival a accueilli 96 pays, et plus de 7 000 artistes venus d'Europe, Asie, Afrique, Amérique, Océanie ; le Festival du Haut-Livradois à Saint-Germain l'Herm.

3/ Les groupes se déplaçant sur les différents sites touristiques, ou à l'occasion d'un événement, recherchent une offre d'hébergement et de restauration pour un à quelques jours, entre les grands sites touristiques d'Auvergne.

22 – LA CLIENTÈLE INDIVIDUELLE ET ASSOCIATIVE DE GROUPES SPORTIVE ET DE LOISIRS

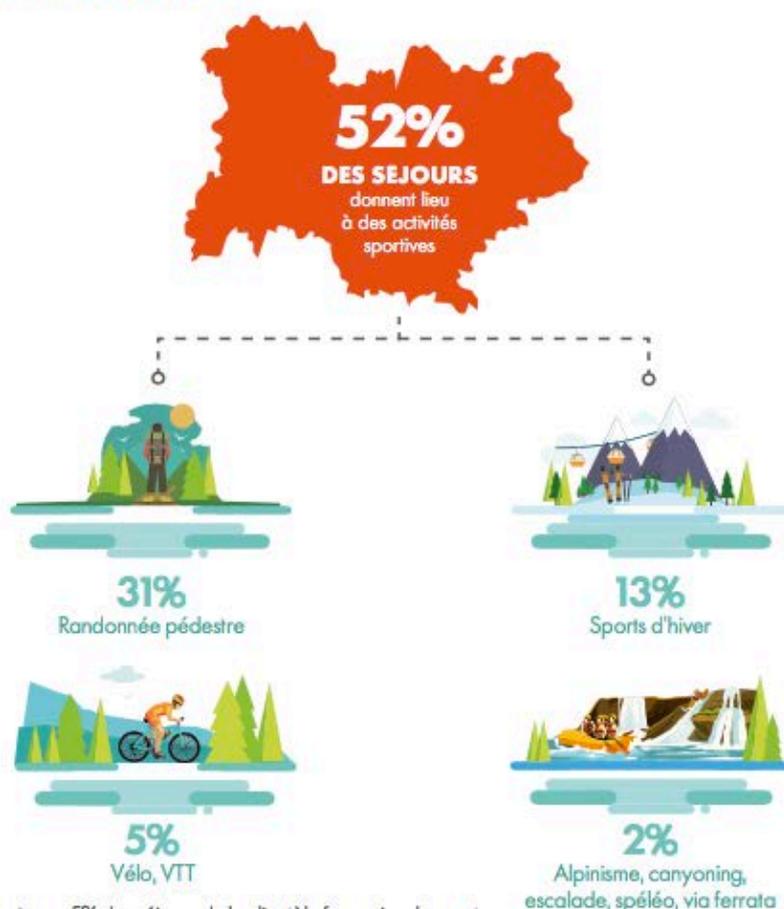
221 – La clientèle pratiquant des activités sportives outdoor en Auvergne-Rhône-Alpes

ACTIVITES TOURISTIQUES OUTDOOR

PRINCIPAUX INDICATEURS



PART DES SEJOURS TOURISTIQUES DE LA CLIENTELE FRANÇAISE DONNANT LIEU À LA PRATIQUE D'ACTIVITES :



Clé de lecture : 5% des séjours de la clientèle française donnent lieu à la pratique du vélo, VTT en Auvergne-Rhône-Alpes.

La diversité des espaces qui composent la région Auvergne-Rhône-Alpes (la chaîne des Puys, les Alpes, les nombreux parcs naturels régionaux et nationaux, villes et bords de lacs,...) ainsi que les nombreux prestataires d'activités outdoor favorisent ce tourisme de sports et activités nature.

Ces activités sont en parfaite adéquation avec certaines évolutions de la société et permettent donc de répondre aux nouvelles demandes des clientèles :

RECHERCHE D'EMOTIONS, DE SENSATIONS ET D'EXPERIENCES

Les nouvelles générations (les Y, ainsi que les Z, futurs pratiquants qui vont amplifier les comportements de leurs aînés) recherchent des activités ludiques, faciles, accessibles mais qui produisent des fortes émotions et sensations. Une activité de pleine nature s'aborde aujourd'hui comme une expérience, sans notion d'engagement ou de progrès dans la durée. Une aspiration forte des clientèles est de donner du sens aux vacances afin de partager des émotions, des expériences et des passions.

FLUIDITE DES SERVICES

De nombreuses stations de ski ont bien saisi l'importance de ces attentes et renforcent la diversification de leurs activités ; elles deviennent des centres multi-activités capable d'attirer, d'occuper et de satisfaire les clientèles. La fluidité des services permet également de prolonger l'expérience, après la pratique du sport, grâce à des animations ou à des évènements.

PLAISIR ET NOUVEAUTE

Chaque saison apporte son lot de nouveaux matériels dont certains suscitent l'intérêt, surtout lorsqu'ils apportent des sensations. C'est en particulier le cas des domaines de la glisse et du vélo avec le Snooc, le fat-bike ou le vélo à assistance électrique. Le brushcraft (survivalisme) se développe également. C'est un moyen de s'immerger dans la nature, de réveiller ses sens et de savoir de quoi on est capable.

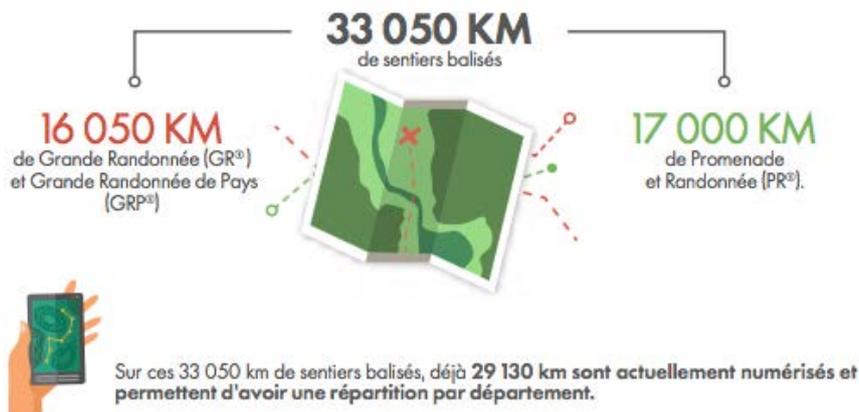


RANDONNEE PEDESTRE

Sources : Fédération Française de la randonnée pédestre, 2018
Kantar Sofres 2018, Atout France 2019



La Fédération Française de Randonnée en Auvergne-Rhône-Alpes recense :



Zoom sur les clientèles qui pratiquent la randonnée pédestre en France

Afin de mieux appréhender les clientèles du tourisme de randonnée pédestre, Atout France, en partenariat avec la Fédération Française de la Randonnée Pédestre, Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme et 5 autres CRT ont lancé une étude auprès de 3 marchés dont les clientèles sont connues pour leur appétence pour le tourisme de pleine nature : la France, l'Allemagne et les Pays-Bas.

Cette étude permet de dresser le portrait des clientèles du tourisme de randonnée pédestre sur chacun des 3 marchés (profils, nationalités, motivations, types de séjours, modes d'information, perception de la France...) et identifie 3 profils de randonneurs : les sportifs, les hédonistes et les randonneurs détente.

Cette segmentation, permet de mieux identifier les attentes de chacun et de faire ressortir un point commun à tous les pratiquants : tous considèrent aujourd'hui la randonnée comme une véritable expérience touristique.



SPORTIFS | HÉDONISTES | DÉTENTE



LES PROFILS DES RANDONNEURS



Source : Atout France, Les clientèles du tourisme de randonnée pédestre.

L'analyse faite par Atout France sur les 3 marchés montre :





SKI

Sources : Domaines skiabiles de France, France Montagnes, Nordic France & Observatoires départementaux, 2019



Les activités nordiques

Les "activités nordiques" regroupent tous les loisirs de neige non motorisés autres que le ski alpin. Elles sont essentielles pour la diversification des activités hivernales en montagne sur un plan touristique et sportif. Ski de fond, biathlon, raquettes, luge, randonnée à ski, chiens de traîneau, ski joëring, saut à skis, combiné nordique, marche nordique, fatbike ou trail blanc, le nordique s'offre à tous ceux qui recherchent le bien-être mental et corporel, l'évasion, le dépaysement et la proximité avec la nature. Alors que la diversification de l'offre est plutôt une réussite, le Nordique est aujourd'hui clairement au cœur de nombreuses tendances de la société (déconnexion, retour à la nature, vitalité soft...).



VTT

Sources : Fédération Française de Cyclisme (FFC),
Fédération Française de Cyclotourisme (FFCT) & Kantar Sofres, 2018

Le VTT de loisir représente environ 7,5 millions de pratiquants en France. Véritable sport de nature accessible à tous, le VTT s'inscrit dans le cadre d'une pratique sportive respectueuse de l'environnement, source de bien-être permettant la découverte des territoires. Une offre VTT qualifiée conséquente est une vraie opportunité pour les territoires, d'autant que 5% des séjours réalisés en Auvergne-Rhône-Alpes par la clientèle touristique française donnent lieu à la pratique du vélo et/ou VTT. Ces dernières années, l'essor du VTT à assistance électrique démocratise encore plus cette pratique.

| | 54 SITES VTT FFC | 24 BASES VTT FFCT | 7 ESPACES CYCLOSPORT FFC | 5% DES SEJOURS réalisés par la clientèle française donnent lieu à la pratique du vélo et/ou VTT |
|----------------------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------------|---|
| | SITES VTT FFC | BASES VTT FFCT | ESPACES CYCLOSPORT FFC | |
| Ain | 2 | 3 | 0 | |
| Allier | 0 | 3 | 0 | |
| Ardèche | 5 | 1 | 1 | |
| Cantal | 4 | 2 | 0 | |
| Drôme | 5 | 6 | 1 | |
| Isère | 7 | 3 | 1 | |
| Loire | 1 | 1 | 1 | |
| Haute-Loire | 8 | 0 | 1 | |
| Puy-de-dôme | 2 | 2 | 2 | |
| Rhône | 5 | 0 | 0 | |
| Savoie | 12 | 2 | 0 | |
| Haute-Savoie | 3 | 1 | 0 | |
| AUVERGNE- RHÔNE-ALPES | 54 | 24 | 7 | |
| FRANCE | 197 | 83 | 27 | |

222 – La clientèle de motards

Entre l’Auvergne et les motards c’est une histoire qui roule ! Courbes à souhait, petits virages aux revêtements de rêve, vastes plateaux sauvages, volcans énigmatiques ou lacs majestueux, les routes semblent avoir été dessinées pour le plaisir de rouler...

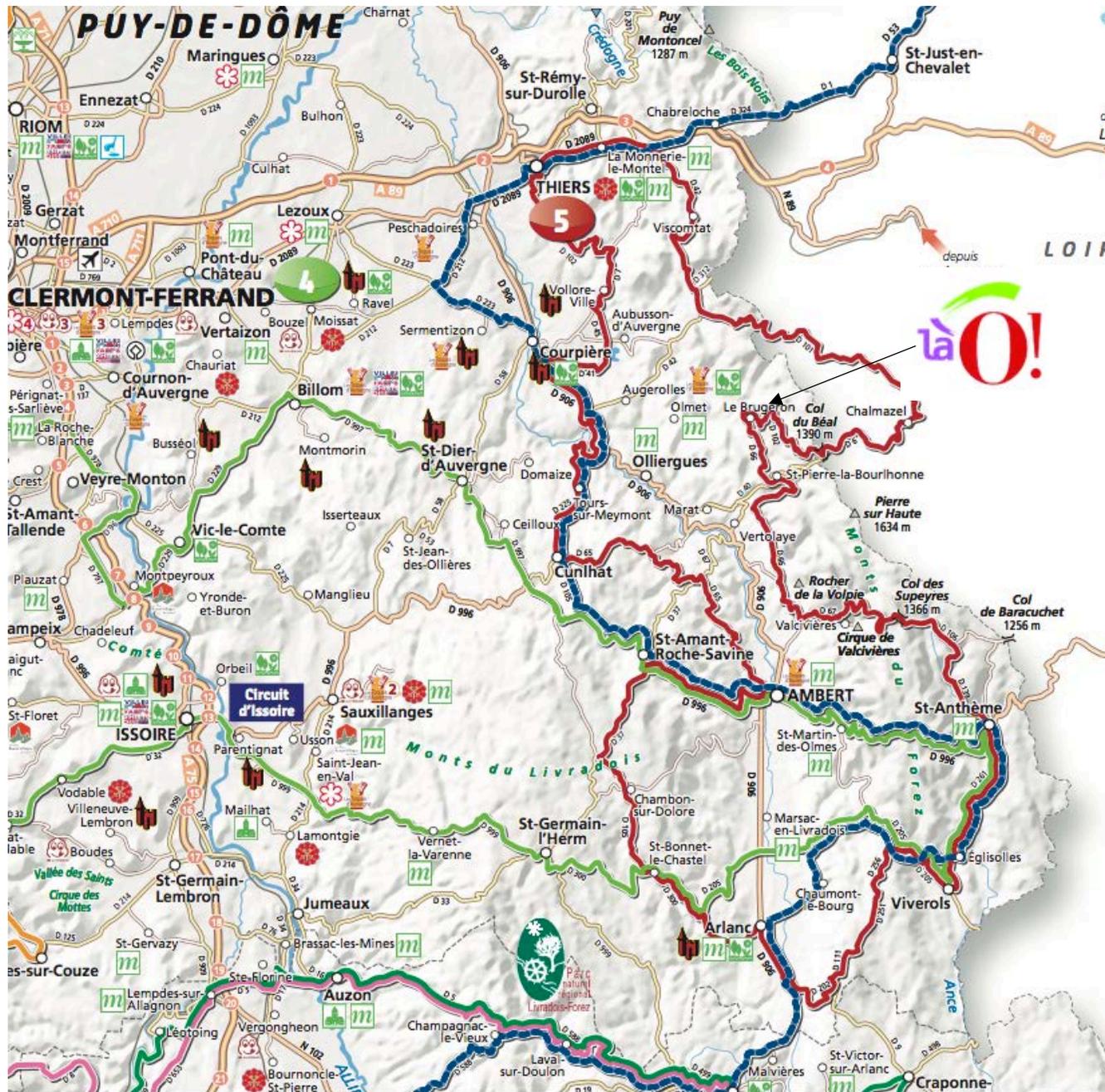
D’après l’enquête d’Analyse des Clientèles Touristique (ACT) réalisée en 2015 par le Comité Régional de Développement Touristique d’Auvergne (CRDTA) auprès des clientèles touristiques, les motards attribuent la note de 18/20 à la destination Auvergne pour les séjours à moto. De plus, 9 sur 10 déclarent vouloir revenir à court terme.

Le site internet « Auvergne Destination Volcans » propose des circuits week-end de 2 à 3 jours et une grande boucle pour découvrir l’Auvergne à moto en 4 à 7 jours, sous forme de road-book.

| 9 SÉJOURS À MOTO | | |
|--|--|--|
| 1 LA GRANDE BOUCLE MOTO AUVERGNE Départ/Arrivée > WICHY (03) Distance > 1 115 km Durée > 4 à 7 jours | 4 PLATEAUX SAUVAGES DU CÉZALLIER AU FOREZ Départ/Arrivée > CLERMONT-FERRAND / ISSOIRE / AMBERT (63) Distance > 360 km Durée > 3 jours | 7 LA ROUTE DES PLUS BEAUX VILLAGES Départ/Arrivée > AURILLAC / MONTSALVY (15) Distance > 378 km Durée > 2 jours |
| 2 L'ALLIER VERSION SPORT ET MONTAGNE Départ/Arrivée > VICHY / HÉRISON / LAPALISSE (03) Distance > 367 km Durée > 3 jours | 5 LE PUY-DE-DÔME « AUTHENTIC » Départ/Arrivée > THIERS / VIVEROLS (63) Distance > 281 km Durée > 2 jours | 8 LE CIRCUIT DES GRANDS COLS Départ/Arrivée > SAINT-FLOUR / SALERS (15) Distance > 386 km Durée > 2 jours |
| 3 L'EAU, LA TERRE, LE FEU... LES VOLCANS ! Départ/Arrivée > CHÂTEL-GUYON / ROYAT / ARDES-SUR-COUZE (63) Distance > 391 km Durée > 3 jours | 6 LE PARCOURS DES EAUX VIVES Départ/Arrivée > BRIOUDE / PRADELLES / LE PUY-EN-VELAY (43) Distance > 578 km Durée > 3 jours | 9 LE GRAND TOUR DE LA HAUTE-LOIRE Départ/Arrivée > LE PUY-EN-VELAY / BRIOUDE / SAINT-BONNET-LE-FROID (43) Distance > 521 km Durée > 3 jours |

Profil des touristes à moto en Auvergne

- 45/60 ans
- Ile-de-France, Rhône-Alpes et Pays de la Loire
- Couples / entre amis
- 3 à 5 jours (premiers séjours plus longs)
- Hôtels et chambres d’hôtes moyens de gamme
- 6 sur 10 réservent en ligne.



Aménagements et limites

- Autoroutes
- Axes de type autoroutier
- Routes principales
- Routes secondaires
- Autres routes
- Voies de chemin de fer
- Aéroports
- Parc naturel régional
- Réserves naturelles nationales et régionales

Restauration

- Étoilés Michelin®
- Bib gourmand Michelin®
- Toques d'Auvergne
- Nombre d'établissements dans la commune

Patrimoine architectural, historique et naturel

- Sites clunisiens
- Églises appartenant à l'association Terres romanes
- Châteaux de la Route Historique des Châteaux d'Auvergne
- Musées - Maisons à thèmes - Scénomusées
- Villes d'eaux : thermalisme et remise en forme
- Plus Beaux Villages de France
- Villes ou Pays d'Art et d'Histoire
- Sites classés au Patrimoine Mondial de l'UNESCO
- Grand Site de France®
- Jardins et parcs remarquables

Activités de loisirs

- Golfs
- Plages labélisées Pavillon Bleu



Sélection d'établissements de moto tourisme qui appliquent la charte d'accueil du motard et sa moto, à proximité du village-vacances :

HOTARDS HOTEL DES VOYAGEURS

- Chambre sur jardin 59€
- Chambre sur façade 54€ grand lit, douche ou bain wc, tv et wifi (gratuit).
- Chambre deux lits 66€ / 68€.
- Chambre communicante 68€ / 70€.

Pension ou 1/2 pension
garage gratuit.possibilité de faire sécher les combinaisons.
Piscine,parc. Terrasse aux beaux jours

HOTARDS L'AUBERGE SAVOYARDE
St-Ferreol-des-Côtes

HOTARDS HOTEL DES VOYAGEURS-63

Halte Bien-être - Spa, bain à remous - Sauna

Tarifs 2019:

- la chambre 2 personnes double ou twin de 60 € à 71 €
- la chambre single de 55 à 60 €
- les petits déjeuners de 9 € à 9,50 €
- les repas 15 € le plat du jour si non 22 € et 26 €

POTENTIALITÉS AU NIVEAU DE L'HEBERGEMENT & DE LA RESTAURATION / GROUPES ASSOCIATIFS SPORT LOISIRS

1/ Une clientèle de petits groupes, individuels ou associatifs, adeptes d'activités en commun : randonneurs, cyclo-touristes, cueilleurs de champignons... des adeptes des sorties de pleine nature et de neige en période hivernale, notamment pour la pratique des activités nordiques toutes proches. Cette clientèle est principalement française et de proximité, mais pas que. Elle est à la recherche de différents types d'hébergement : soit en hôtellerie classique avec des services de bar, restauration pour le soir, complétés par des espaces bien-être autour d'un SPA. Soit en gîtes de groupes pour la convivialité et l'économie (charges de restauration). La demande est principalement concentrée lors des week-ends d'intersaison. Pertinence de la structure avec ses chambres multi-couchages et ses diverses composantes d'espaces et de services, avec en originalité son offre atypique de restauration au sein d'une ancienne jasserie.

2/ Une clientèle liée à l'organisation de quelques événements sportifs phares sur le territoire, en particulier la course de Cyclo - Les Copains Cyfac qui rassemble 2 500 cyclistes chaque année ainsi que le Tour de France, qui passera par le Col du Béal et Le Brugeron le samedi 11 juillet 2020.

3/ La structure multifonctionnelle se trouve sur des routes principales empruntées par les motards sur le parcours « Le Puy-de-Dôme « authentic » » d'une durée de 2 jours (281 kms). Départ/arrivée : Thiers / Viverols. Cette clientèle de groupes constitue pour les activités d'hébergement et de restauration des potentialités de repas, nuitées et/ou courts séjours, sous forme de week-end packagés.

4/ La clientèle associative dite « locale » est présente tout au long de l'année, principalement en fin de semaine. Elle permet essentiellement de réaliser des couverts, lors de repas associatifs, mais également des nuitées, en dehors des périodes de forte demande naturelle. A noter que pour les repas, ce sont essentiellement des demandes pour des dîners en fin de semaine, les vendredis et samedis, voire pour les déjeuners le samedi, dans le cadre de réunions et d'assemblées générales.

23 – LA CLIENTÈLE SCOLAIRE

Contrairement aux années 1970 à 1990 qui correspondaient à une demande massive de classes de mer, on s'aperçoit aujourd'hui que la demande tend à s'orienter vers des activités de découverte de la nature, notamment vers des paysages montagnards. En effet, de nos jours les enfants partent à la mer en famille de plus en plus souvent et il est donc moins nécessaire que les écoles assurent ce relais de découverte, qui était primordiale, il y a 20 ou 30 ans. Par contre, les activités de découverte de la nature sont clairement inscrites dans les programmes de l'Éducation Nationale et l'éco-citoyenneté est un objectif majeur pour les enseignants.

En France et en primaire, une école sur trois, envoie chaque année, au moins une classe en séjour. 75 % des classes transplantées concernent des élèves de CM1 et de CM2. Les demandes s'orientent vers des séjours nature, séjours neige, séjours mer et quelques séjours sportifs.

Organisation d'une sortie scolaire

L'activité est très encadrée par les textes de loi et une classification assez précise des différents types de classe découverte existe.

Les conditions dans lesquelles doivent s'effectuer toutes les actions pédagogiques qui nécessitent de sortir de l'enceinte de l'école sont précisées dans la circulaire n° 99-136 du 21 septembre 1999 relative à l'organisation des sorties scolaires dans les écoles maternelles et élémentaires publiques, modifiée le 31 mai 2000, et la circulaire n° 2005-001 du 5 janvier 2005 relative aux séjours scolaires courts et classes de découvertes dans le premier degré.

La circulaire du 21 septembre 1999 détaille notamment les conditions générales d'encadrement, de sécurité, d'assurance, de déplacement et d'hébergement.

Elle distingue trois catégories de sorties :

- les sorties scolaires régulières,
- les sorties scolaires occasionnelles sans nuitée,
- les sorties scolaires occasionnelles avec nuitée(s).

Elle spécifie, pour chacune d'entre elles, les modalités particulières de leur organisation.

La circulaire du 5 janvier 2005 réaffirme les bienfaits pédagogiques des séjours scolaires, en particulier ceux d'une durée égale ou supérieure à cinq jours, répondant à l'appellation de classes de découvertes. De plus, elle complète certaines dispositions de la circulaire de 1999, en particulier en distinguant les rôles respectifs de l'inspecteur d'académie d'origine et de l'inspecteur d'académie d'accueil, et en apportant une clarification sur la procédure de contrôle des structures d'accueil.

Le public des sorties scolaires avec hébergement

En termes de public, il faut le différencier en fonction du cycle :

- **Les maternelles**

Elles effectuent plutôt des sorties à la journée et à proximité. Les règles en termes de sécurité et d'encadrement sont plus drastiques.

- **Les primaires**

Ce sont elles qui effectuent le plus de sorties sur le territoire départemental, régional ou national, selon les cas. Les sorties doivent avoir un but pédagogique

- **Les collèges**

Ils effectuent des sorties à l'étranger dans le cadre linguistique. Pour les sorties en France, il faut qu'elles s'inscrivent dans un programme scolaire prédéfini en relation avec une ou plusieurs matières et avec le programme (Science et vie de la terre, géologie...).

POTENTIALITÉS AU NIVEAU DE L'HEBERGEMENT & DE LA RESTAURATION / SCOLAIRES

La clientèle scolaire est à la recherche de structures d'hébergement et de restauration, dans le cadre de sorties scolaires occasionnelles avec nuitée(s), souvent à la semaine, notamment dans le but de proposer aux élèves des activités de découverte de la nature. Il s'agit essentiellement des primaires et quelque fois des collégiens, lorsque la sortie est en relation avec le programme scolaire.

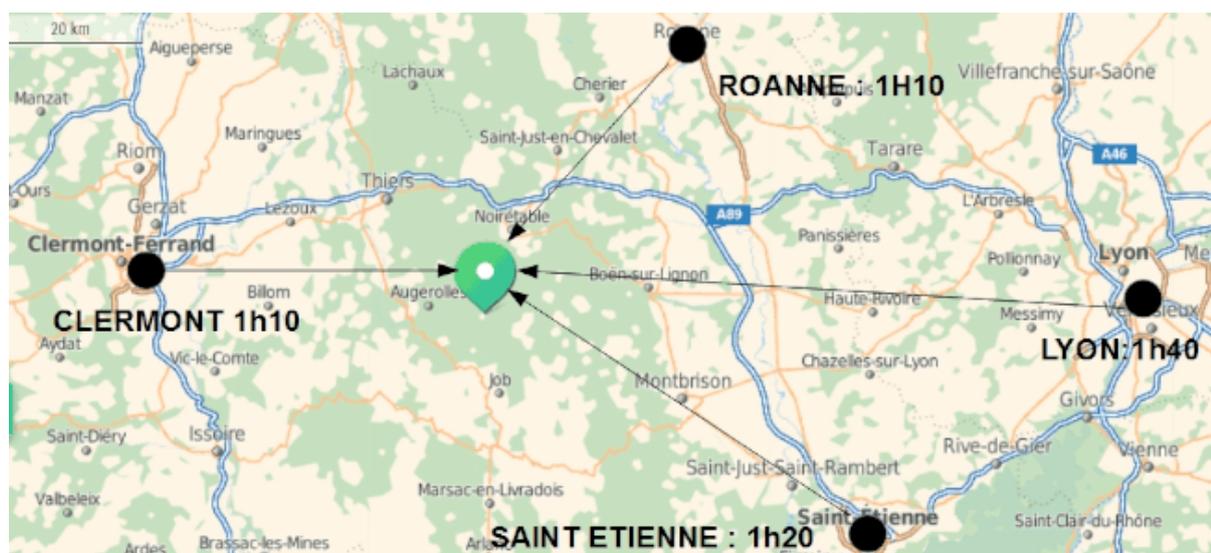
Il s'agit d'une clientèle très spécifique, portée par certains professeurs des écoles, particulièrement motivés pour dépasser les diverses contraintes économiques et organisationnelles.

C'est un segment de marché très spécifique qui suppose une commercialisation active et adaptée. Avec une offre structurelle du Brugeron qui permet d'accueillir cette clientèle : salle de travail, environnement, SPA, salons et restauration séparée. Une double période est possible : hivernale (décembre-janvier) et printanière (mars et juin), en semaine.

Il s'agit d'une clientèle idéale en emboîtement des clientèles touristiques individuelles ou familiales pour les vacances scolaires et les week-ends.

24 – LA CLIENTELE FAMILIALE DE GROUPES - REUNIONS ET ÉVÉNEMENTIELS

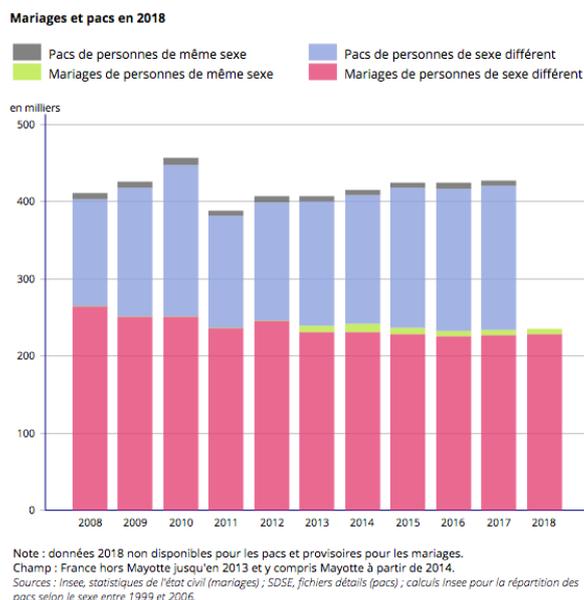
En position centrale de la France et à quasi équidistance de Clermont-Ferrand (1h30), Roanne (1h30), Saint-Etienne (1h20) et Lyon (1h40), le site bénéficie d'un atout pour les rassemblements familiaux, si l'on tient compte de l'éloignement géographique des familles.



Ainsi, le projet est bien placé pour attirer une clientèle familiale pour des rassemblements « festifs et loisirs », qui souhaitent organiser toutes sortes de manifestations type « cousinades », réunions de famille, anniversaires, baptêmes, communions, mariages... Cette clientèle étant présente tout au long de l'année.

Données statistiques nationales sur le mariage

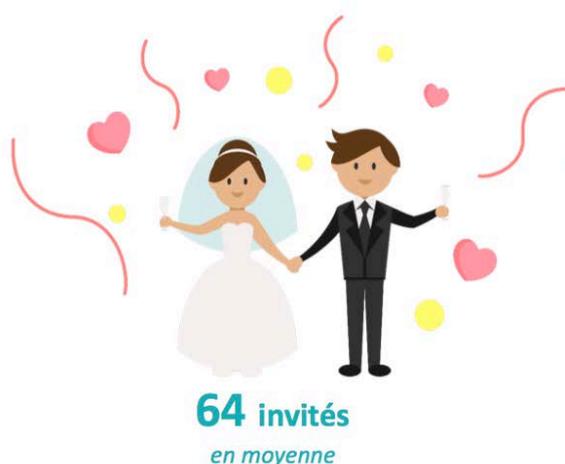
Le nombre de mariages est en quasi-constante diminution depuis plus de 10 ans (passage d'environ 300 000 en 2000 à un peu plus de 220 000 en 2018).



En 2017, en France, 228 000 mariages ont été célébrés, dont 221 000 entre personnes de sexes différents et 7 000 entre personnes de même sexe. Le nombre de mariages entre personnes de sexes différents continue de baisser (- 5 000). En 2017, parmi les mariages entre personnes de même sexe, il y a autant de mariages de couples de femmes que de mariages de couples d'hommes. La part des mariages de femmes n'a cessé de progresser depuis 2013, année de la promulgation de la loi ouvrant le mariage aux personnes de même sexe ; les femmes représentaient alors 42 % des mariages de couples de même sexe.

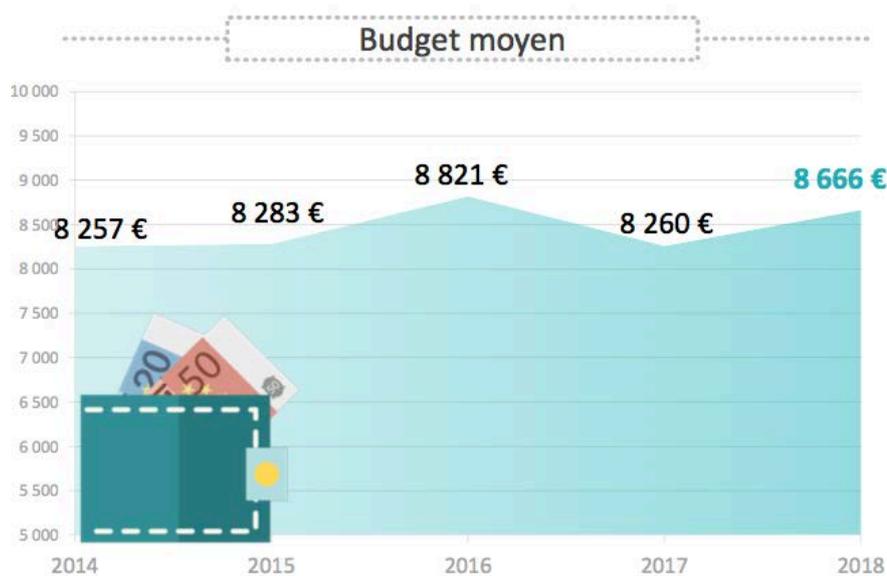
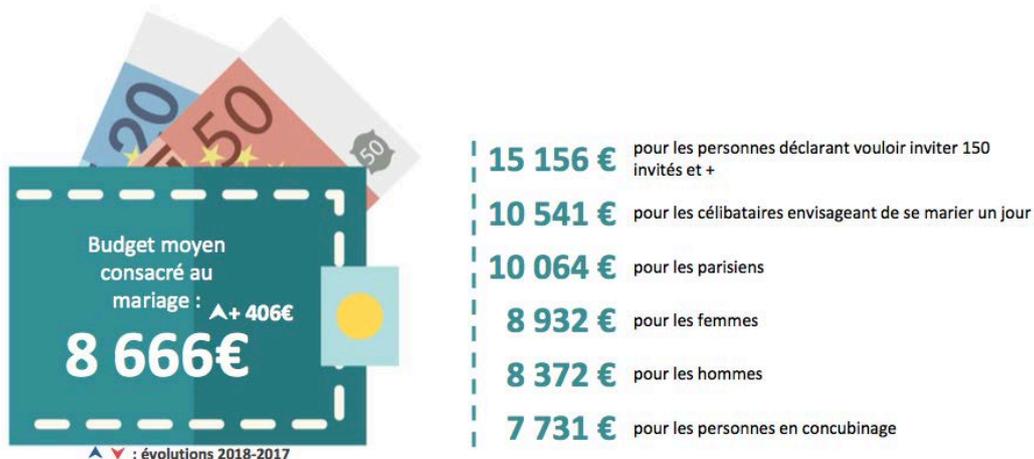
OpinionWay a réalisé en février 2018 une étude sur le mariage et le budget qui lui est consacré :

Le nombre d'invités moyen pour un mariage

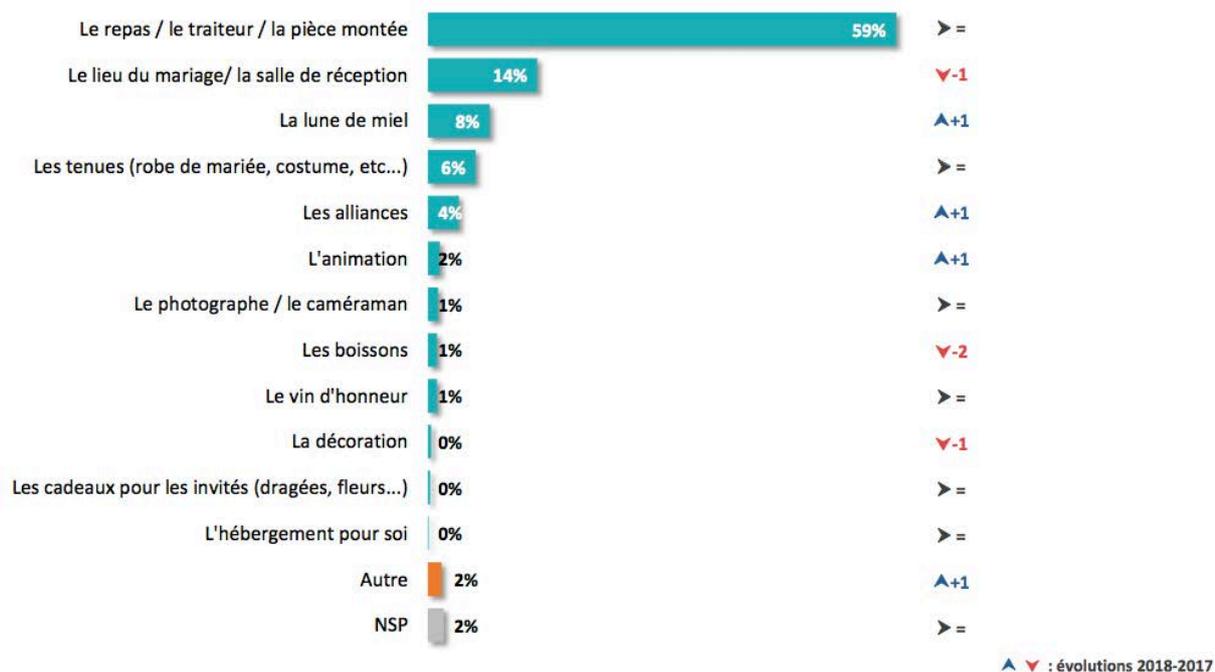


- 92 invités** pour les jeunes âgés de 18 à 24 ans
- 91 invités** pour les célibataires envisageant de se marier un jour
- 68 invités** pour les personnes dont le foyer a des revenus supérieurs à 3500 € par mois
- 66 invités** pour les femmes
- 61 invités** pour les hommes
- 55 invités** Pour les personnes âgées de 50 ans et plus

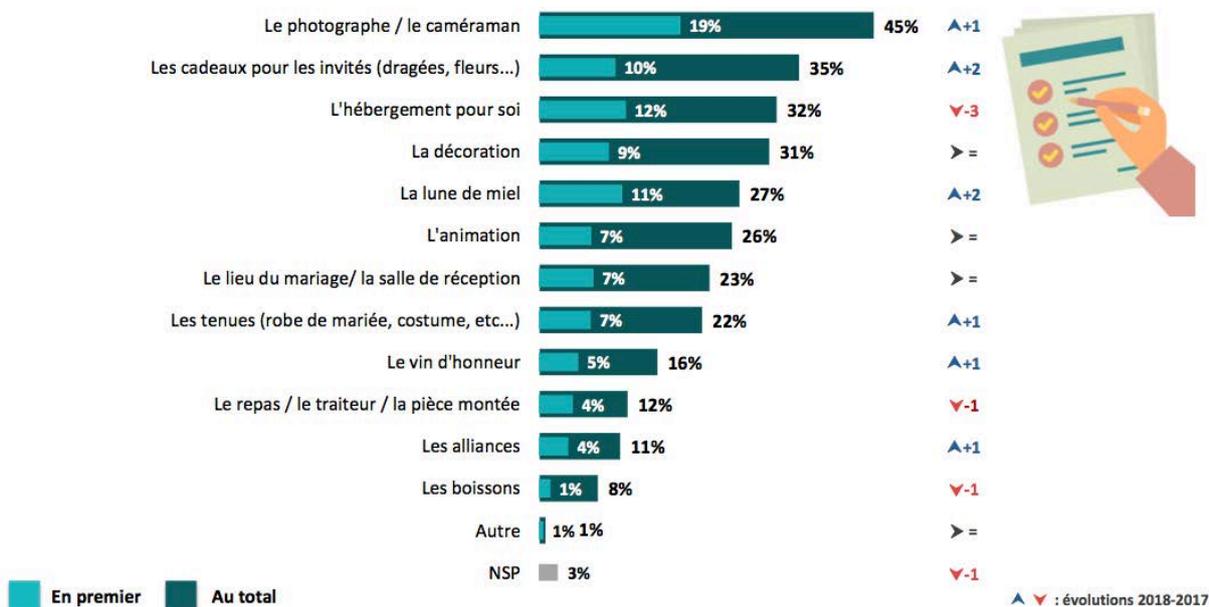
Le budget moyen pour un mariage



Ainsi, le **budget moyen d'un mariage en France est de 8 666 €**. Ce budget moyen reflète de nombreux écarts. En effet, les mariés en région parisienne dépensent en moyenne plus (10 064 €) que les mariés de province.



Parmi les postes les plus coûteux, 59% des personnes interrogées pointent du doigt le repas (traiteur, pièce montée, etc), suivi de très loin par le lieu du mariage ou la salle de réception (14%), la lune de miel (8%) et les vêtements (robe de mariée et costume) à 6%.



Des coupes sombres sont principalement opérées dans les budgets photos et vidéos (45% des sondés), les cadeaux aux invités (35%), l'hébergement des mariés (32%), la décoration (31%) ou encore la lune de miel (27%).

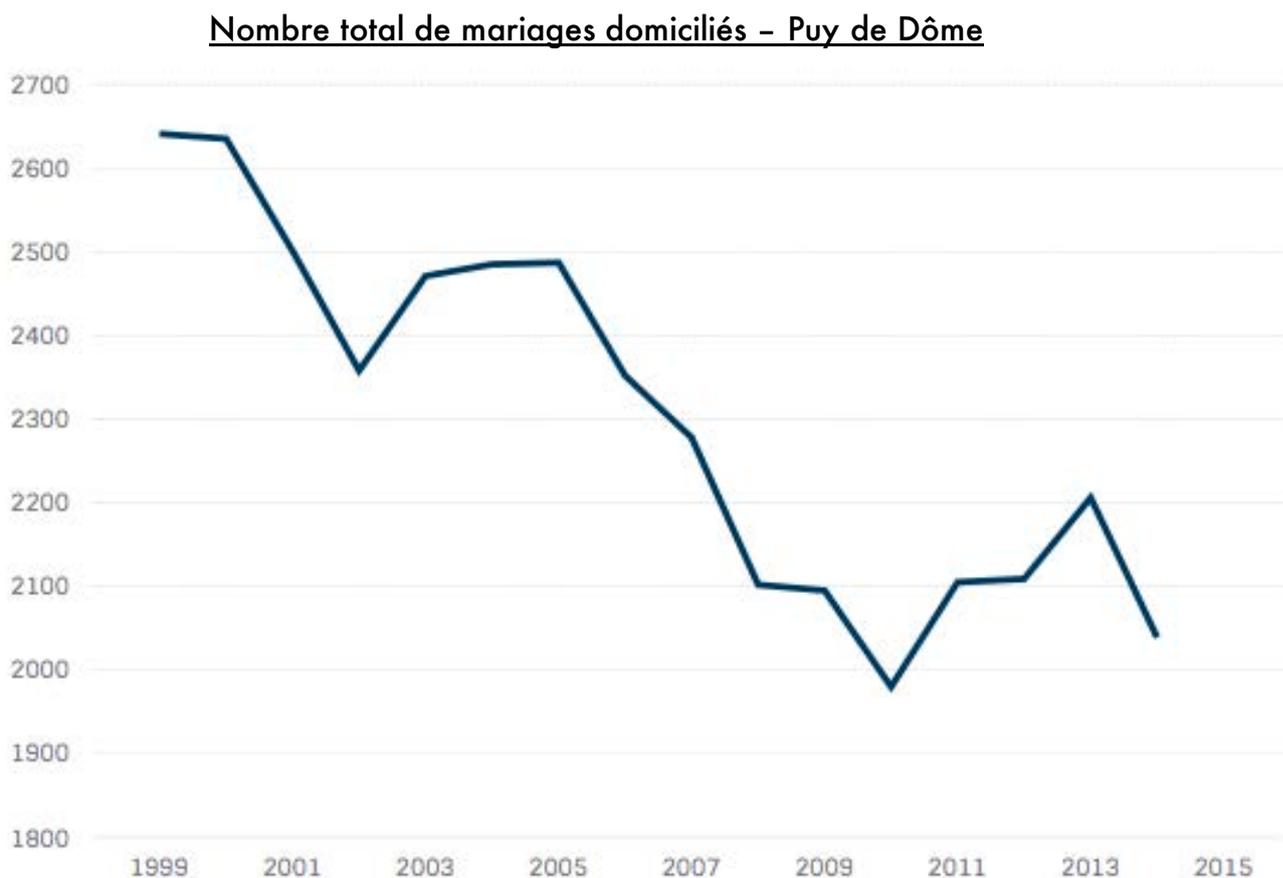
La crise de ses dernières années a diversement impacté le marché du mariage. En effet, de plus en plus, l'organisation des mariages fait le grand écart.

- D'un côté, les budgets serrés deviennent de plus en plus serrés. Le mariage est typiquement l'événement où s'exprime le mieux le Système D et l'achat malin. Et les mariés trouvent, sur internet notamment, de vrais moyens de faire baisser la note finale (robe de mariée d'occasion, comparateur de prix sur les dragées, la décoration, etc). A cela s'ajoute une vraie tendance de fond pour le « home-made ». Les futurs mariés n'hésitent plus à mettre la main à la pâte pour plus d'originalité et moins de dépenses. Ils n'hésitent pas non plus à marchander, voire à trouver des sponsors pour mieux rendre inoubliable le fameux jour.
- A l'inverse, une autre tendance de fond se fait jour : celle du « **mariage clé en main** », autrement dit le recours à un prestataire organisateur (wedplanner). Pour un budget donné, les organisateurs professionnels se chargent de tout : réservation de la salle de réception, menus du traiteur, tenues des mariés, décoration, alliances, voyage de noces, etc. Les mariés ne s'occupent plus de rien. En cas de problème, c'est le prestataire qui doit se débrouiller. Dans cette formule, le plus souvent, les prix sont également négociés au plus juste (sur le modèle du courtage en travaux). Pratique marginale essentiellement dans les très grandes villes.

Évaluation du nombre de mariages sur le territoire

En 2016, les communes d'Auvergne-Rhône-Alpes ont officialisé 27 900 mariages, soit 12,3 % des mariages métropolitains. Le nombre de mariages chute dans toutes les régions de métropole depuis le début des années 1970 jusqu'au milieu des années 1980. La baisse est plus modérée ensuite.

- Entre 2000 et 2015 :



On constate que le nombre de mariages suit les tendances nationales sur le département du Puy-de-Dôme. A noter que le département a officialisé 2 042 mariages en 2016.

- Sur l'année 2015 :

Statistiques mariage homme / femme

| Mois du mariage | Année | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre |
|---|---------|---------|---------|-------|--------|--------|--------|---------|--------|-----------|---------|----------|----------|
| <i>Région et département de mariage</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Puy-de-Dôme | 1 976 | 49 | 58 | 62 | 108 | 197 | 284 | 328 | 325 | 276 | 153 | 59 | 77 |
| Auvergne-Rhône-Alpes | 27 367 | 747 | 952 | 969 | 1 654 | 3 276 | 3 872 | 4 102 | 3 794 | 3 675 | 2 101 | 1 049 | 1 176 |
| France | 228 565 | 6 320 | 8 284 | 7 755 | 14 517 | 27 740 | 31 599 | 32 992 | 33 115 | 29 745 | 17 612 | 8 631 | 10 255 |

Statistiques mariage homme / homme

| Mois du mariage | Année | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre |
|---|-------|---------|---------|------|-------|-----|------|---------|------|-----------|---------|----------|----------|
| <i>Région et département de mariage</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Puy-de-Dôme | 31 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 9 | 6 | 3 | 0 | 3 | 1 | 0 |
| Auvergne-Rhône-Alpes | 394 | 17 | 18 | 15 | 24 | 48 | 67 | 61 | 36 | 38 | 31 | 19 | 20 |
| France | 4 085 | 141 | 201 | 178 | 274 | 505 | 631 | 526 | 421 | 480 | 327 | 194 | 207 |

Statistiques mariage femme / femme

| Mois du mariage | Année | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre |
|---|-------|---------|---------|------|-------|-----|------|---------|------|-----------|---------|----------|----------|
| <i>Région et département de mariage</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Puy-de-Dôme | 27 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 1 | 5 | 6 | 3 | 2 | 4 | 1 |
| Auvergne-Rhône-Alpes | 468 | 9 | 26 | 19 | 28 | 63 | 61 | 70 | 65 | 65 | 29 | 13 | 20 |
| France | 3 666 | 120 | 204 | 140 | 227 | 461 | 464 | 533 | 485 | 469 | 277 | 146 | 140 |

Statistiques mariages total

| Mois du mariage | Année | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre |
|---|----------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| <i>Région et département de mariage</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Puy-de-Dôme | 2 034 | 51 | 59 | 65 | 111 | 202 | 294 | 339 | 334 | 279 | 158 | 64 | 78 |
| Auvergne-Rhône-Alpes | 28 229 | 773 | 996 | 1 003 | 1 706 | 3 387 | 4 000 | 4 233 | 3 895 | 3 778 | 2 161 | 1 081 | 1 216 |
| France | 236 316 | 6 581 | 8 689 | 8 073 | 15 018 | 28 706 | 32 694 | 34 051 | 34 021 | 30 694 | 18 216 | 8 971 | 10 602 |

Statistiques mariages total en pourcentage

| Mois du mariage | Année | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre |
|---|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|---------|----------|----------|
| <i>Région et département de mariage</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Puy-de-Dôme | 2 034 | 3% | 3% | 3% | 5% | 10% | 14% | 17% | 16% | 14% | 8% | 3% | 4% |
| Auvergne-Rhône-Alpes | 28 229 | 3% | 4% | 4% | 6% | 12% | 14% | 15% | 14% | 13% | 8% | 4% | 4% |
| France | 236 316 | 3% | 4% | 3% | 6% | 12% | 14% | 14% | 14% | 13% | 8% | 4% | 4% |

Source : Insee Résultats paru en mars 2017

Ainsi 71% des mariages ont eu lieu dans le Puy-de-Dôme entre mai et septembre 2015 (contre 67% au niveau national). Soit une organisation particulièrement saisonnière.

POTENTIALITÉS DE LA CLIENTÈLE FAMILIALE POUR UNE OFFRE D'HÉBERGEMENT ET DE RESTAURATION / PETITS GROUPES FAMILIAUX OU ÉVÉNEMENTIELS

Le Brugeron dispose des bonnes structures pour attirer une clientèle familiale pour des rassemblements « festifs et loisirs », qui souhaite organiser toutes sortes de manifestations type « cousinades », réunions de famille, anniversaires, baptêmes, communions, mariages... Cette clientèle étant présente tout au long de l'année, hors vacances scolaires et principalement les week-ends.

A noter que pour ce type de réunion de groupes familiaux, les besoins peuvent être différents au cours du week-end : soit, à certains moments, des espaces complètement privatisés où tout le monde se retrouve pour dormir et se restaurer entre soi. La structure idéale à ce moment-là étant constituée par une formule gîte de groupe, avec une organisation familiale classique où on organise le repas en totalité ou en partie, avec par exemple, une formule traiteur pour le plat principal. Soit, dans le courant des week-ends, une soirée de fête ou de gala, avec des prestations attendues, comparables à celle d'un événementiel classique, où l'offre de restauration devient primordiale et le choix des espaces disponibles, un plus.

Sans oublier, au Brugeron, la possibilité d'offrir une variante intermédiaire avec le restaurant de la Jasserie, soit pour l'un des déjeuners, ou éventuellement le dîner.

Dans le cas des mariages, les organisateurs souhaitent organiser un dîner festif, plus ou moins gastronomique, mais qui constitue le point d'orgue de la réception de leurs invités. Ils souhaitent bénéficier d'une salle qui leur est dédiée et qu'ils puissent embellir et décorer, avec éventuellement un équipement de vidéo et un espace qui puisse aussi être sonorisé afin de pouvoir danser et s'amuser. Ils souhaitent disposer par ailleurs d'hébergement suffisant en nombre pour leurs convives, notamment pour la nuitée du samedi au dimanche, mais aussi pour les nuitées d'avant et d'après, particulièrement pour les organisateurs formés par la famille proche des mariés. Avec l'intérêt aussi de pouvoir profiter d'une organisation et d'une offre en gîte de groupes pour répondre aux besoins des « ailes de la cérémonie ».

Pour les autres événementiels familiaux, et notamment pour les anniversaires, des potentialités peuvent être assez comparables à ceux d'un mariage par exemple. Pour ce qui concerne les baptême ou communions, les attentes portent essentiellement sur une prestation de déjeuner le dimanche, dans une salle à part.

25 – LA CLIENTÈLE DE TRAVAIL : RÉUNIONS, SÉMINAIRES, INCENTIVES & ÉVÉNEMENTIELS PROFESSIONNELS

Cette clientèle peut être multiple :

- **La clientèle d'entreprise éloignée** désireuse de faire des séminaires, incentives et autres événements dans un environnement agréable, tout en profitant des activités proposées à proximité et qui est susceptible d'avoir recours aux hébergements : soit une offre salle de réception et hébergements. Avec des participants venant de tous les coins de l'hexagone, se retrouvant ainsi en position centrale.
- **La clientèle des entreprises dite de « proximité »** c'est-à-dire d'établissements implantés au sein de la zone de chalandise du projet, qui ont besoin de trouver des espaces d'accueil et un service de restauration.

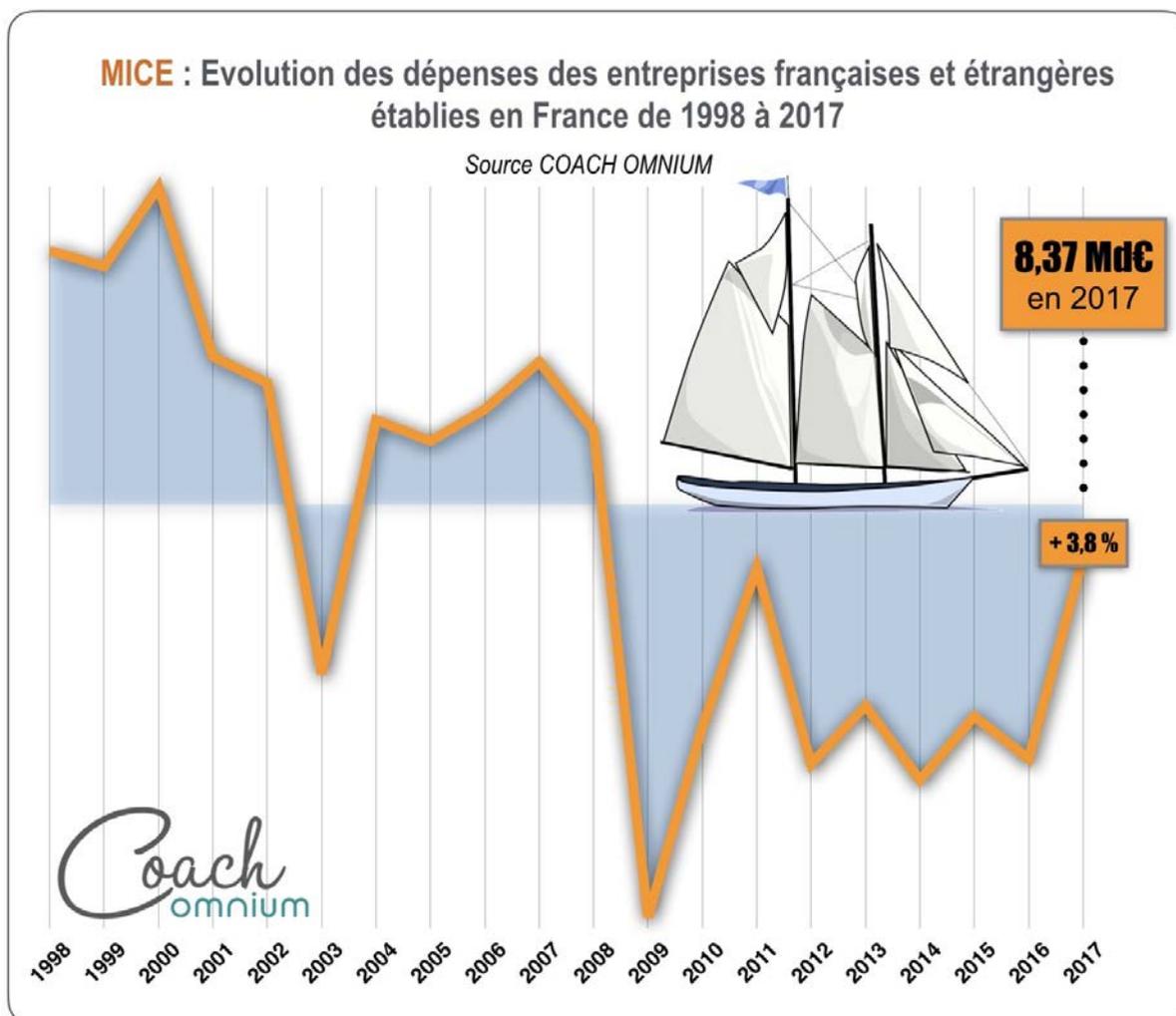
Les entreprises locales les plus importantes peuvent être susceptibles d'être à la recherche d'une structure réceptive, avec de multiples potentialités d'accueil et de volume, couplé à une offre d'hébergement, dans le cadre de réunions de travail ou de rassemblements, voire de séminaires quand leur zone de chalandise suppose des organisations d'exploitation qui passent par exemple par des agences ou des réseaux qui se déploient dans tout ou partie de la France. Avec la nécessité de regrouper de temps en temps les services pour les former, les manager ou les animer – comme c'est le cas pour Dore Emballage. Les entreprises les plus éloignées recherchent des lieux pour des manifestations de type MICE (Meeting Incentive Convention Event) sur une zone moyenne à environ deux heures de leurs implantations.

Par ailleurs, concernant l'offre d'hébergement, les entreprises, les administrations et les collectivités constituent également une clientèle de transit, dans le cadre du « tourisme d'affaires, la semaine, tout au long de l'année, sauf peut-être au mois d'août. Cette clientèle est notamment à la recherche d'hébergements à proximité de leur destination de travail. A noter que cette clientèle recherche essentiellement des prestations de bon confort et des chambres très fonctionnelles. Avec pour le coup, compte tenu du lieu avec de faibles potentiels, sauf pour les relations d'affaires de quelques grosses sociétés du territoire comme Sanofi ou Omerin.

Elle agit également en tant que prescripteurs d'hôtels auprès de leurs fournisseurs, sous-traitants, clients et employés temporaires.

Données statistiques nationales des incentives

Selon la 26^{ème} édition de l'étude annuelle Coach Omnium sur l'activité MICE en France, parue en janvier 2019, une jolie reprise de la demande par les commanditaires est enregistrée, avec une hausse de 3,8 % de l'activité par rapport à 2016.



Il ressort de cette enquête annuelle réalisée par téléphone auprès d'organisateur de réunions professionnelles et agences d'événementiels ciblés et représentatifs du secteur, que les dépenses sur le marché français ont atteint **8,37 milliards d'euros en 2017** (hors transport et hors dépenses pour les manifestations se déroulant à l'étranger).

Les grandes tendances de la 26^{ème} édition sont les suivantes :

Quelques tendances du moment dans la demande MICE

Rappel : on estime que la demande en MICE provenant de l'étranger vers la France ne représente que **15 % du volume** et se concentre globalement sur Paris et quelques villes de la Côte d'Azur. Contre toute attente, les régions et départements frontaliers ne profitent que peu de leurs voisins sur ce marché.

- **Activité en dents de scie encore confirmée en 2017**, sans prévisibilité et sans visibilité
- **Belle hausse des dépenses** des entreprises dans les MICE en 2017
- Maintien des **manifestations courtes** et hausse des journées d'études
- **Nouvelles habitudes d'organiser** les MICE et emprise de la négociation
- **Réduction** des distances / temps de **transport**
- Suppression importante des **activités périphériques**, et ce depuis 2010
- Les **hôtels** sont nettement moins demandés depuis 5 ans comme lieux de réunions
- Les entreprises recherchent assez souvent des **lieux originaux**
- **Internet** est — sans surprise — le principal outil de recherche de lieux de réunions
- Les **réseaux sociaux** ne sont pas utilisés pour la recherche de prestataires
- Près de 9 participants sur 10 sont **enthousiastes** à partir en séminaire / convention
- 95 % des entreprises ont une politique ou simple **charte de voyages**, incluant les MICE
- **Forte utilisation de salles dans les entreprises**, au détriment des prestataires MICE



Répartition estimative des types de manifestations - en premier :

- 49 %** : séminaires (58 % des entreprises en organisent - de 5 / an).
- 26 %** : événementiel
- 14 %** : conventions / congrès

Les **séminaires** sont, le premier type de réunion professionnelle, suivis par l'**événementiel**, avant les **conventions** et l'**incentive**. Mais, le terme « séminaire » est générique : il désigne dans la bouche des organisateurs tous contenus (formation, stimulation, information...), réunissant un nombre limité de personnes, contrairement aux congrès et conventions qui sont plus grands.



Motifs de réunions - en premier :

- 46 %** : motivation collaborateurs / réseau
- 33 %** : informations / annonces
- 25 %** : comités de direction
- 24 %** : lancements de produits ou de services

Les MICE sont avant tout de la **communication**, du **management** et de la **valorisation** de collaborateurs ou de partenaires (concessionnaires, franchisés, etc.). Aussi, tout ce qui concerne la motivation, l'information et le lancement de produits/services est clairement privilégié.

Les entreprises attendent avant tout un **retour sur investissement** et les réunions professionnelles doivent avoir une finalité utile pour elles. Le temps des séminaires purement festifs est quasiment terminé depuis la crise économique de 2009 et l'on évite le côté un peu trop « bling-bling ».



Nombre moyens de participants - en premier - % des entreprises :

51 % : < 50 personnes
25 % : > 300 personnes

Premiers publics concernés :
cadres & commerciaux.

Il est évidemment **très variable**, selon le type de réunion, son thème et le profil des participants. A savoir que la majorité des participants à des MICE sont des cadres ou des commerciaux.

On peut retenir que la majorité des entreprises organise **des réunions de moins de 50 personnes** qui sont les plus courantes (dont 22 % moins de 20 personnes) et que 25 % peuvent décider de rassembler des manifestations de plus de 300 personnes. **Mais, en pratique, elles demeurent rares** : dans 14 % des cas il s'agit de conventions-congrès, 1 fois par an à 1 fois tous les 3 ans. D'où la grande question sur le nombre de nouveaux palais des congrès et sur leur probabilité de trouver suffisamment de clients. D'autant que l'on estime que seulement 15 % des grandes manifestations ont une envergure internationale, concentrées essentiellement sur Paris.



Durées moyennes de manifestations - en premier :

53 % : à la journée (journée d'étude)
25 % : 2 jours (résidentiel)

Depuis l'avènement des **35 heures (RTT)**, plus rien n'est plus pareil ! On a perdu en moyenne une journée de séminaires. On se réunit **moins loin** (pour ne pas perdre du temps dans les transports) et **moins longtemps**, tout en concentrant les contenus des réunions professionnelles pour les rendre les plus performants possibles. Poussées à l'extrême, **la commande de journées d'études a explosé** depuis une dizaine d'années au détriment des séminaires résidentiels. Inutile de dire que les séminaires mordant sur les week-ends sont globalement exclus, contrairement à ce qui se faisait aisément durant les années 1980 et 1990. Effet RTT, qui sépare la vie privée de la vie professionnelle.



Quand l'hôtel avait un monopole indétrônable jusqu'il y a environ 5 à 6 ans (environ 90 % des entreprises y allaient – en plus d'autres lieux – **contre 39 % aujourd'hui**), le premier lieu où se réunir est à présent ...**dans l'entreprise**.

Elles sont nombreuses à avoir fait créer ou construire des **salles indoor**, qui n'ont souvent rien à envier en termes d'équipement et de confort à celles des prestataires professionnels. Mais, la majorité des réunions s'y passent à la journée ou moins. Pour du plus long, les entreprises continuent à aller à l'extérieur. **Pourquoi ces salles dans les entreprises ?** Plus pratiques, moins coûteuses sur le long terme, cela répond au problème de places chez les prestataires. Avec la RTT, la demande est concentrée du mardi au jeudi et les organisateurs s'y prennent de plus en plus tardivement pour réserver (voir plus loin). Avec le risque de complet et de prix majorés en raison de la forte demande. En conséquence, ces réunions internalisées sont autant de chiffre d'affaires en moins pour les prestataires.



Ce sont les prestations que l'on commande **en plus des moments de travail**. Sports collectifs, ateliers de cuisine, visites de monument historique... sont autant d'activités **parmi des centaines de possibilités proposées par les prestataires**. Ces activités servent à la cohésion d'équipe et à valoriser les participants. Après avoir été en régression depuis quelques années – davantage par manque de temps que par soucis d'économies –, presque à nouveau **3/4 des entreprises interrogées** en 2019 déclarent en commander régulièrement ou de temps en temps pour leurs réunions professionnelles.



Moyens de recherches de prestataires & de lieux de MICE

- en premier :

61 % : internet (dont 8 % par les réseaux sociaux : Facebook & LinkedIn)

49 % : bouche-à-oreille (collègues, etc.)

24 % : guides spécialisés (imprimés et/ou internet)

C'est massivement par **Internet** que l'on trouve les prestataires chez qui se réunir. C'est si simple et si pratique. Que ce soit par des **sites spécialisés** regroupant des prestataires ou directement sur les sites des professionnels référencés sur le Net. A noter que **les guides spécialisés** (une demi-douzaine), qui ont bien sûr également leur site, étaient utilisés par près de 60 % des organisateurs de MICE il y a encore 6 à 7 ans, contre seulement 24 % aujourd'hui. Les commanditaires préfèrent au final pouvoir s'adresser directement auprès de ceux qui vont les recevoir. Quant aux **réseaux sociaux**, ils sont pour le moment peu utilisés dans ce registre.



Critères privilégiés pour le choix d'un prestataire / lieu - en

premier :

84 % : rapidité d'accessibilité / localisation

73 % : prix (le moins cher ou le plus proche du budget prévu)

41 % : capacités (salles & hébergement — si besoin)

On doit **accéder facilement** et surtout désormais **rapidement** au site (pas de perte de temps). Puis, le prix doit correspondre au budget alloué à la manifestation. Enfin, évidemment, le site doit être en capacité physique de recevoir le groupe. La qualité relationnelle et commerciale va compter, mais cela vient en 4^e position.



Nombre moyen de devis demandés à des prestataires - en

premier :

35 % : 4 à 5 devis

32 % : 2 à 3 devis

On a beau connaître des prestataires et en être content, 2/3 des organisateurs de MICE demandent **jusqu'à 5 devis** à différents prestataires. **24 % vont jusqu'à 6 et plus !**

Ce n'est bien sûr pas fait pour plaire à ces derniers. Élaborer des devis demande du temps et les entreprises qui questionnent un grand nombre de prestataires réduisent les chances des uns et des autres d'être choisis. Il faut dire qu'il est de plus en plus fréquent que le **service achat** (ou un acheteur) accompagne l'organisateur : dans 28 % des cas (surtout les grandes entreprises). Et cela joue sur la tendance à demander de nombreux devis.



Temps moyens de réservation à l'avance des séminaires -

en premier :

55 % : de 1 à 3 mois

Temps moyens de réservation à l'avance des conventions - congrès - *en premier :*

37 % : 3 à 6 mois

24 % : 6 mois à 1 an

On le savait, **les entreprises s'y prennent de plus en plus tard pour organiser des séminaires**. Et même pour ce qui concerne les conventions ou congrès, quand pour ces derniers, on réservait souvent traditionnellement 1 à 3 ans à l'avance. Une telle anticipation est désormais de plus en plus rare, sauf pour des congrès internationaux (mais qui sont très minoritaires en France).

Se retrouvant de plus en plus devant des plannings complets chez les prestataires, c'est une des raisons pour lesquelles les entreprises se sont **fait construire / agencer une ou des salles de réunions** pour leurs séminaires. Même si ce n'est pas l'idéal pour les séminaires où l'intérêt est de sortir du quotidien, voire de se dépayser.



La fidélisation à un ou des prestataires - *en premier :*

40 % : se déclarent fidèles

40 % des entreprises se déclarent fidèles à un ou des prestataires MICE. C'est énorme. Quand on est satisfait, quand le site convient bien et que l'on a affaire à un bon professionnel, on n'a pas envie de changer. Ce qui n'empêche pas de temps en temps quelques infidélités pour des événements spéciaux. Mais, au début des années 2000, les organisateurs étaient **3/4 à se déclarer fidèles**. Il faut dire que les temps sont au papillonnage, voire au zapping, et aussi que l'on recherche régulièrement des lieux différents **pour ne pas lasser** les participants qui se réunissent souvent.

62 % des organisateurs sont même en quête, souvent ou parfois, de **lieux originaux** (châteaux, bateaux, lieux insolites...), pour davantage étonner les participants et leur plaire.



Les reproches faits aux prestataires - en premier :

59 % : prix trop élevés

37 % : manque de réactivité ou de souplesse commerciale

33 % : restauration décevante

Depuis la crise économique de 2009, **les entreprises sont très sensibles aux budgets MICE**. Elles sont à présent près de 90 % à avoir une politique de voyages pour leurs collaborateurs, qui incluent souvent les séminaires. Aussi, quand la demande est forte du mardi au jeudi, les prestataires ont tendance à rehausser leurs prix, ce qui se voit. C'est le premier reproche à l'encontre des prestataires, dont parfois de la mesquinerie à facturer trop souvent des suppléments qui devraient normalement être dans le forfait (vidéoprojecteur, notamment).

La qualité de la restauration reste fortement contestée – c'est ainsi depuis toujours ; car comment satisfaire un groupe hétérogène de personnes ? –, tout comme la **relation commerciale**, avec des pratiques ou des conditions générales de vente jugées quelquefois abusives.



Organisateurs démarchés commercialement par les prestataires - en premier :

69 % : rarement à jamais

Les organisateurs de MICE interviewés par Coach Omnium sont finalement **peu démarchés par des prestataires** : moins d'un quart. Il faut dire que les entreprises créent des barrières de plus en plus infranchissables pour tout prospecteur ! Mais aussi, que les prestataires ne sont pas forcément très dynamiques pour entreprendre dans ce domaine, sinon à traiter des demandes entrantes. Il faut rappeler aussi qu'à force de devoir « pondre » de nombreux devis, **les commerciaux n'ont plus forcément le temps de prospecter**.

L'**e-mailing** reste le premier mode de prises de contacts par les prestataires, suivi de contacts téléphoniques pouvant aboutir ou non à une visite. Mais, l'e-mailing a ses limites et les organisateurs reconnaissent qu'ils ne les apprécient pas, quand ils n'atterrissent pas dans les anti-spams, étant trop sollicités.

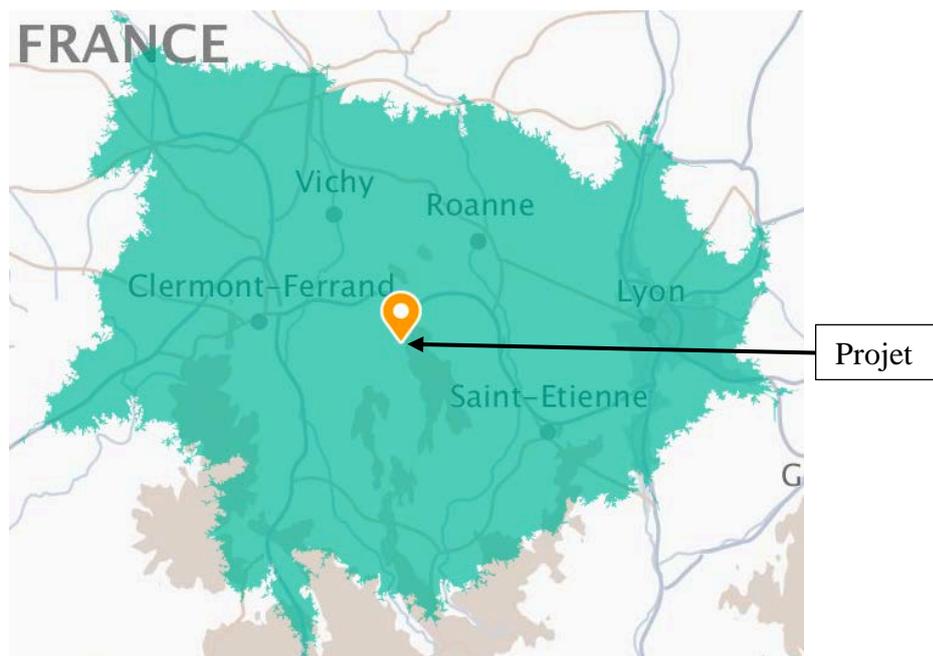


Motivation des participants à partir en séminaire :

88 % : sont enthousiastes, mais à la condition que cela ne soit pas trop souvent et pas trop long

Elle reste entière et pleine. **Près de 9 participants sur 10 déclarent qu'ils sont contents de partir en séminaires ou en conventions**. Mais, la condition est que cela ne dure pas trop longtemps (d'où les raccourcissements de manifestations) et que cela n'empiète pas sur les week-ends. Les lassés sont évidemment ceux qui se réunissent trop souvent et qui sont de fait moins enthousiastes. On trouve là, par exemple, des commerciaux des laboratoires qui sont réunis souvent en moyenne une fois par mois.

Zone de chalandise pour le marché des incentives



Source : Géoportail – calcul zone isochrone en voiture

La zone isochrone tracée ci-dessus représente le territoire accessible en moins de 2 heures en voiture à partir du site du projet.

POTENTIALITÉS DE LA CLIENTÈLE PROFESSIONNELLE POUR UNE OFFRE DE SERVICES, D'HÉBERGEMENT & DE RESTAURATION / RÉUNIONS ET SEMINAIRES

1/ Les zones d'activités et entreprises à proximité du Brugeron, constituent des destinations et autant de besoins liés aux intervenants dans les entreprises : des commerciaux et chefs d'entreprises, ouvriers, techniciens, ingénieurs, gestionnaires ou formateurs. A noter que ces entreprises constituent de très importants relais et prescripteurs pour l'ensemble de leurs hôtes ou visiteurs, qui pour certains ont besoin de réserver une salle de réception ou des chambres, voire pour profiter de l'ensemble de la structure du Brugeron, idéale pour organiser des réunions de travail externalisées afin d'être coupé de l'exploitation quotidienne, tout en profitant de salles de réunion ou de formation toutes équipées, avec de la restauration sur place ou décalée à la Jasserie.

2/ Le Brugeron peut aussi bénéficier d'une clientèle d'entreprises « dites éloignées », issues de l'agglomération clermontoise, roannaise, stéphanoise, lyonnaise et vichyssoise. Là encore pour organiser des réunions à la journée ou des séminaires sur plusieurs jours, chaque fois que ces sociétés rayonnent sur un territoire élargi, voire national. C'est un lieu en position central de l'hexagone, une structure avec des équipements et services adaptés à ce type de besoins et isolé en territoire de demi-montagne, séduisant pour des réunions de réflexions stratégiques ou de formation, à l'écart de toutes sollicitations extérieures, néfastes à une bonne concentration des participants. Avec là encore la possibilité, sur deux ou trois jours, de partager un repas quelque peu original à la Jasserie ou des activités de plein air diverses, selon les saisons. D'ailleurs, l'analyse de la clientèle actuelle montre clairement la voie, même si elle est très limitée, par manque de prospection, pour ne pas dire d'absence totale de démarche commerciale.

A noter que pour ce segment de marché, l'offre du Brugeron est calibrée pour un groupe limité au total, animateur compris, à 21 personnes. Soit, un maximum d'autant de participants que de chambres. Pour l'instant, seules les « initiés » de proximité sont des clients du Brugeron.

3/ A noter par ailleurs que ces mêmes entreprises qui disposent d'un Comité d'Entreprise peuvent aussi être intéressée par le Brugeron sur son vocable et sa dénomination actuelle pour les familles de leurs employés, tant pour les périodes de vacances, d'été ou d'hiver, du fait d'un territoire qui bénéficie d'une double saisonnalité, pour autant que la neige soit présente - avec les besoins précédemment évoqués de rassemblements familiaux et d'événementiels privés. Avec une tarification préférentielle en forme de remise aux membres des CE en question.

26 – SYNTHÈSE DES POTENTIALITÉS POUR LE VILLAGE-VACANCES AU BRUGERON

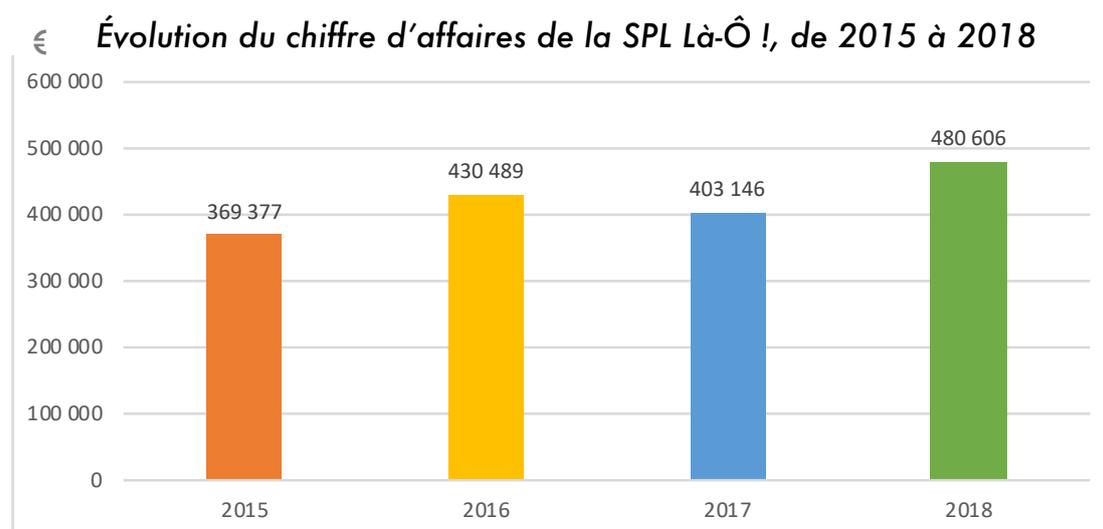
| Profil | Segmentation | Besoins | Périodes |
|--|---|--|--|
| Clientèle touristique, française et/ou étrangère | Familles (parents + enfants) | 1/ Hébergement multicouchage Restauration du soir Structures de loisirs et SPA 2/ Restauration au Col du Béal, ancienne Jasserie | Vacances scolaires - estivales (mi-juillet à fin août) - hivernales (décembre-début janvier et février) - Printanières (avril) Période de ponts - 1 ^{er} et 8 mai - Ascension Week-end – ailes de saison - Juin et septembre |
| | Couples jeunes Jeunes retraités | 1/ Hébergement Restauration du soir Structures de loisirs et SPA 2/ Restauration au Col du Béal, ancienne Jasserie | Ailes de saison Mai, juin, septembre, octobre Week-end |
| | Groupes (issus des Tours Opérateurs, autocaristes...) | | Mai, juin, septembre, octobre |
| Clientèle individuelle et associative de groupes, sportive et de loisirs | Clientèle de petits groupes, individuels ou associatifs, adeptes d'activités en commun (randonneurs, cyclotouristes, cueilleurs de champignons, motards...) | 1/ Hébergement avec chambres multicouchages Bar et restauration le soir Espace bien-être et SPA 2/ Gîte de groupes Espace bien-être et SPA 3/ Restauration « gala » | Week-ends d'intersaison Lors des événements sportifs et de loisirs (comme la course de Cyclo – Les copains Cyfac, rassemblant 2 500 cyclistes / an) |
| | Clientèle associative locale | Restauration et salles de réception, dans le cadre de réunions et assemblées générales | Tout au long de l'année, principalement en fin de semaine, avec préférences en fin et début d'années |
| Clientèle scolaire | Primaires Quelques fois collégiens | Hébergement Restauration Activités de pleine nature | A la semaine, en période printanière (mars et juin) ou hivernale (décembre et janvier) Hors vacances scolaires et ponts |

| Profil | Segmentation | Besoins | Périodes |
|--|---|---|--|
| Regroupements familiaux et événementiels familiaux | Rassemblements familiaux, cousinades | 1/ Formule gîte de groupes, sans restauration 2/ Hébergement avec restauration et location de salles | Tout au long de l'année, hors vacances estivales et hivernales et principalement les week-ends |
| | anniversaires, baptêmes, communions, mariages | Location de salles, avec restauration « gala » ou service traiteur et hébergement | Nuitée du samedi au dimanche Nuitées d'avant et d'après , particulièrement pour les organisateurs |
| Clientèle professionnelle - entreprises | Entreprises à proximité | Location de salles pour les réunions Déjeuner | En semaine, tout au long de l'année |
| | Entreprises « éloignées » ou locales avec réseaux | 1/ Location de salles pour les séminaires Restauration Hébergement 2/ Restauration au Col du Béal, ancienne Jasserie | En semaine, tout au long de l'année , Principalement juin, septembre, octobre, voire mars |
| | Les Comités d'Entreprise | Hébergement Restauration Structures de loisirs et SPA | Vacances scolaires - estivales (mi-juillet à fin août) - hivernales (décembre-début janvier et février) - Printanières (avril) Période de ponts - 1 ^{er} et 8 mai - Ascension Week-end – ailes de saison - Juin et septembre |

- PARTIE 3 - CONCEPTUALISATION DU MODÈLE ÉCONOMIQUE & DU MODE DE GESTION

Rappel de situation :

1/ Performance économique et fonctionnement actuel



Les deux exploitations du VVLAO et de l'Auberge du Col du Béal sont regroupées, avec un chiffre d'affaires compris entre 400k et 500k € TTC. Ce montant intègre les plus de 100k € TTC générés par les besoins d'une part, de la maison de retraite, de l'enfance et d'autre part, de la cantine de l'école. Le volume de nuitées du village-vacances en 2018 est de seulement 1 400 nuitées, très loin des prévisionnels des 9 000 nuitées retenues dans l'étude de faisabilité d'Alliance, avec un prévisionnel de restauration dérivée en 2018, de 4 804 repas. Ainsi, le chiffre d'affaires global du village de vacances est de 292k € TTC. Évidemment très loin d'une rentabilité pour une telle exploitation, avec des charges de structure très importantes, malgré les subventions obtenues à l'époque.

La restauration représente ainsi le domaine d'activités principal (en termes de chiffre d'affaires) mais il apporte des contraintes importantes pour la structure du village-vacances avec 2 cuisiniers (50% du personnel) et une ouverture toute l'année, y compris lors de périodes touristiques creuses.

Le fonctionnement actuel connaît également une ambiguïté du fait que la directrice de l'établissement du Village vacances Là-Ô ! a une double mission, avec l'exploitation de l'Auberge du Col du Béal. En la matière, la SPL mutualise son personnel afin d'harmoniser deux contrats : un pour l'équipement du Brugeron et un pour l'Auberge du Col du Béal.

Rappel de la structure du personnel :

- 1 directrice à 40% au VVLAO et à 60% au Col du Béal ;
- 2 cuisiniers au VVLAO ;
- 1 CDI au VVLAO (quelques fois en renfort au Col du Béal, selon l'activité) ;
- 1 CDD au VVLAO, également amené à travailler au Col du Béal, en fonction des besoins ;
- des saisonniers viennent en complément lors de l'arrivée de groupes importants, que ce soit au VVLAO ou au Col du Béal.

Constat est fait que l'exploitation du VVLAO connaît des insuffisances d'activités, essentiellement liées à l'absence totale de commercialisation et de communication commerciale.

Économiquement, le Village Vacances Là Ô ! est loin d'avoir trouvé sa rentabilité. En effet, l'exploitation actuelle ne permet que de faire face au petit équilibre d'exploitation. C'est dire que l'activité et la rentabilité actuelles ne permettent pas de couvrir les charges de structure au travers des loyers, malgré le montant très importants des subventions octroyées à la Communauté de communes du Pays d'Olliergues à l'époque. La Communauté de communes a d'ailleurs abandonné le recouvrement des loyers permettant de couvrir pour partie ses annuités, car la SPL n'est plus en capacité de les honorer.

2/ Contrat passé entre la SPL et la Communauté de communes

L'ex Communauté de communes du Pays d'Olliergues et la Société Publique Locale (SPL) Village Vacances Là-Ô ! ont signé un contrat de DSP sous forme d'affermage pour la gestion et l'exploitation du Village Vacances Là-Ô !, pour une durée de 12 ans, à partir de la prise de possession des lieux, le 1^{er} juillet 2011. Fin du contrat le 1^{er} juillet 2023.

Composition de la SPL Village Vacances Là-Ô

La SPL Village Vacances Là-Ô ! était initialement composée de la Communauté de communes du Pays d'Olliergues, la Communauté de communes du Pays de Courpière et du Parc Naturel Régional Livradois Forez.

En application de la loi NOTRe du 7 août 2015, une réorganisation de la carte de la coopération intercommunale a été arrêtée dans chaque département français. Ainsi, le périmètre des intercommunalités a été modifié (Etablissements Publics de Coopération Intercommunale à fiscalité propre) pour répondre à un seuil démographique minimum de 15 000 habitants, passant, dans le département du Puy-de-Dôme, de 44 à 14 EPCI.

C'est dans ce contexte que les communautés de communes du Pays d'Ambert, du Haut-Livradois, du Pays de Cunhat, du Pays d'Oliergues, du Pays d'Arlanc, de Marsac-en-Livradois, de la Vallée de l'Ance et deux syndicats (SIVOM et Syndicat Mixte des Crêtes du Forez) ont fusionné le 1er janvier 2017 pour donner naissance à la Communauté de communes Ambert Livradois Forez.

La nouvelle structure intercommunale dite Thiers Dore et Montagne a absorbé de son côté l'ex Communauté de communes du Pays de Courpière et se retrouve de facto associée à la SPL.

Ainsi, la SPL Là-Ô ! accueille à son tour de table la Communauté de communes Ambert Livradois Forez (majoritaire), la Communauté de communes Thiers Dore et Montagne ainsi que le Parc Naturel Régional Livradois Forez.

Le Président de la SPL Là-Ô ! est M. DAURAT, également président de la Communauté de communes ALF.

Composition de l'exécutif de la Communauté de communes

L'exécutif est composé du président Jean-Claude DAURAT et de 14 vice-présidents élus le 14 janvier 2017.

Président

Jean-Claude **DAURAT**
Président

Vice-présidents

Guy GORBINET

1er vice-président

en charge de l'intérêt
communautaire, du projet
de territoire, des loisirs et
de la vie associative

François **DAUPHIN**

2ème vice-président

en charge de l'urbanisme
et des droits des sols

Michel **BRAVARD**

3ème vice-président

en charge du tourisme et
des activités de pleine
nature

Jean-Luc **COUPAT**

4ème vice-président

en charge du
développement durable, de
l'énergie et de la présence
territoriale

Laurent **BACHELERIE**

5ème vice-président

en charge de l'agriculture
et de la forêt

Suzanne **LABARY**

6ème vice-présidente

en charge de l'habitat et du
patrimoine bâti locatif

Eric **DUBOURGNOUX**

7ème vice-président

en charge de l'eau et de
l'environnement

Daniel **FORESTIER**

8ème vice-président

en charge de l'économie

Chantal **FACY**

9ème vice-présidente

en charge de la culture et
du patrimoine

Georges **MORISON**

10ème vice-président

en charge du numérique et
du développement du
télétravail

Mireille **FONLUPT**

11ème vice-présidente

en charge de la mobilité,
de la politique de santé et
du bien vieillir

Isabelle **ROMEUF**

12ème vice-présidente

en charge de la petite
enfance

Stéphanie **ALLEGRE-
CARTIER**

13ème vice-présidente

en charge de l'enfance et
de la jeunesse

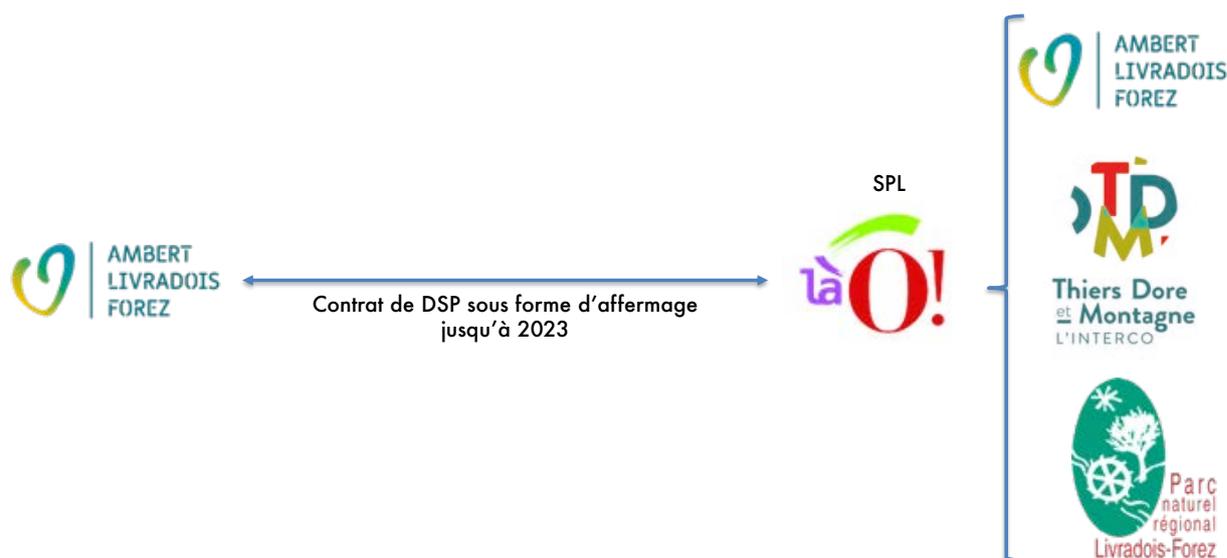
Simon **RODIER**

14ème vice-président

en charge du social, du
CIAS et des services

A noter, concernant la gouvernance, que la Directrice, Christine COSSART, est très peu impliquée dans les prises de décisions.

La fin du contrat entre la SPL et la Communauté de communes ALF étant fixée à 2023, seront définies des orientations à court-terme, pouvant s'effectuer avant et des orientations à moyen-terme, pouvant s'appliquer après 2023. A noter que la rupture du contrat avant cette date engendre de lourdes indemnités.



3/ Orientations à court-terme

Ces orientations se focalisent sur les actions commerciales et de communication à mener, dont l'évolution du nom de la structure (identité), la définition et la mise en œuvre d'outils de communication offline et online.

Pour ce faire, il sera important de se doter d'un véritable service commercial et de communication, menant des actions conjointes avec l'ensemble des relais potentiels et partie-prenantes.

4/ Orientations à moyen-terme

A la fin du contrat, en 2023, il sera essentiel de se libérer des obligations contractuelles, liées aux activités de cantine scolaire et de portage de repas à la maison de retraite et la maison de l'enfance.

Il sera ainsi possible de rythmer et d'organiser l'exploitation sur la saisonnalité, avec une large fermeture annuelle, entre novembre et mars, excepté pendant les fêtes de fin d'années, ainsi qu'aux contrats passés avec les groupes, que ce soit pour le marché professionnel (réunions ou séminaires), le marché de groupes sportifs et/ou de loisirs ainsi que de l'événementiel familial.

D'un point de vue juridique, la dénonciation du contrat par l'une des deux parties (le délégant ou le délégataire) ou bien d'un commun accord pourra s'effectuer. Courant de l'année 2023, il sera alors pertinent de rechercher un exploitant privé, soit au travers d'un AO passant par un contrat de DSP, soit au travers d'une démarche de prospection. Dans le cas où un exploitant privé est trouvé, différents modes de gestion sont envisageables :

- Contrat de mandat de gestion ou Délégation de Service Public / affermage
- Bail ou crédit-bail

Si aucun exploitant privé n'est trouvé, il est alors envisageable de conclure un nouveau contrat entre la SPL et la Communauté de communes, tout en modifiant les différents éléments du contrat (objet et missions, redevances...).

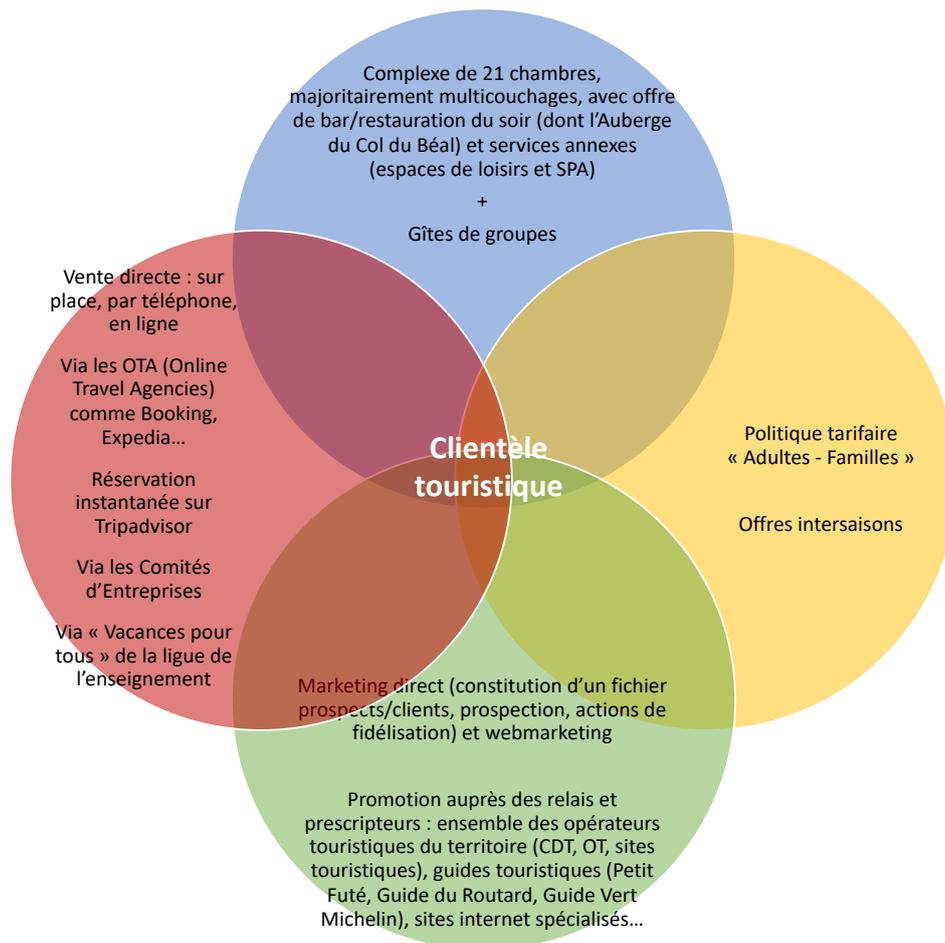
A moins que l'EPIC Ambert Livradois Forez exploite directement la structure en régie.

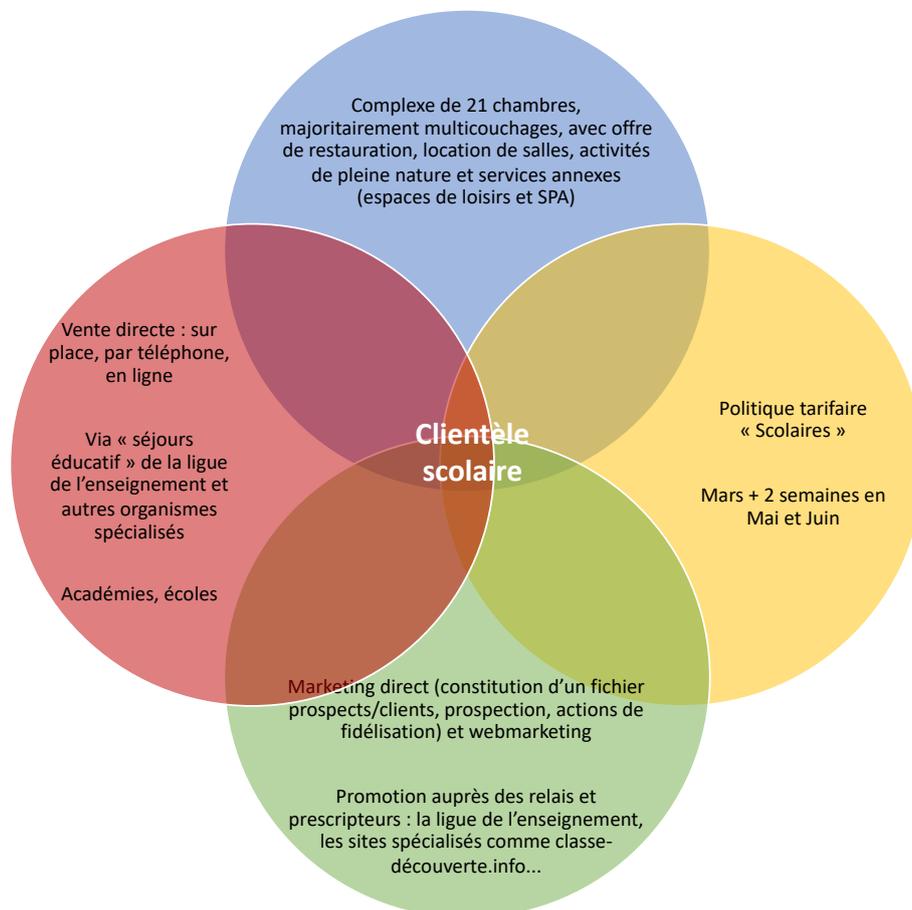
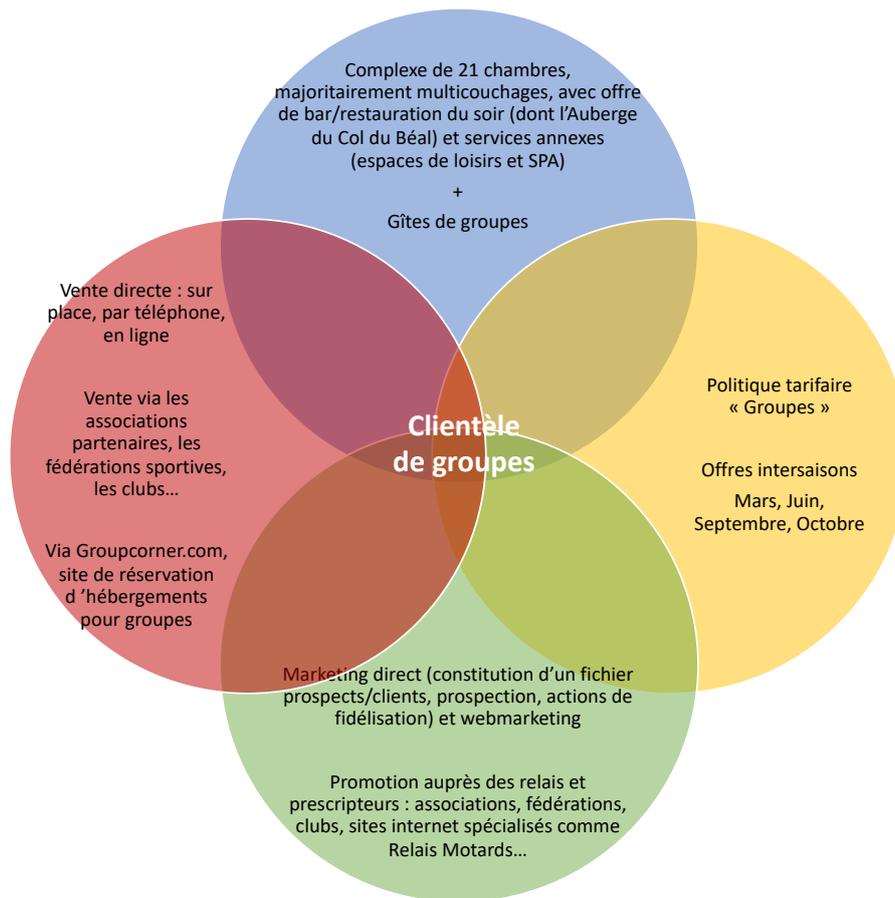
31 – MIX-MARKETING

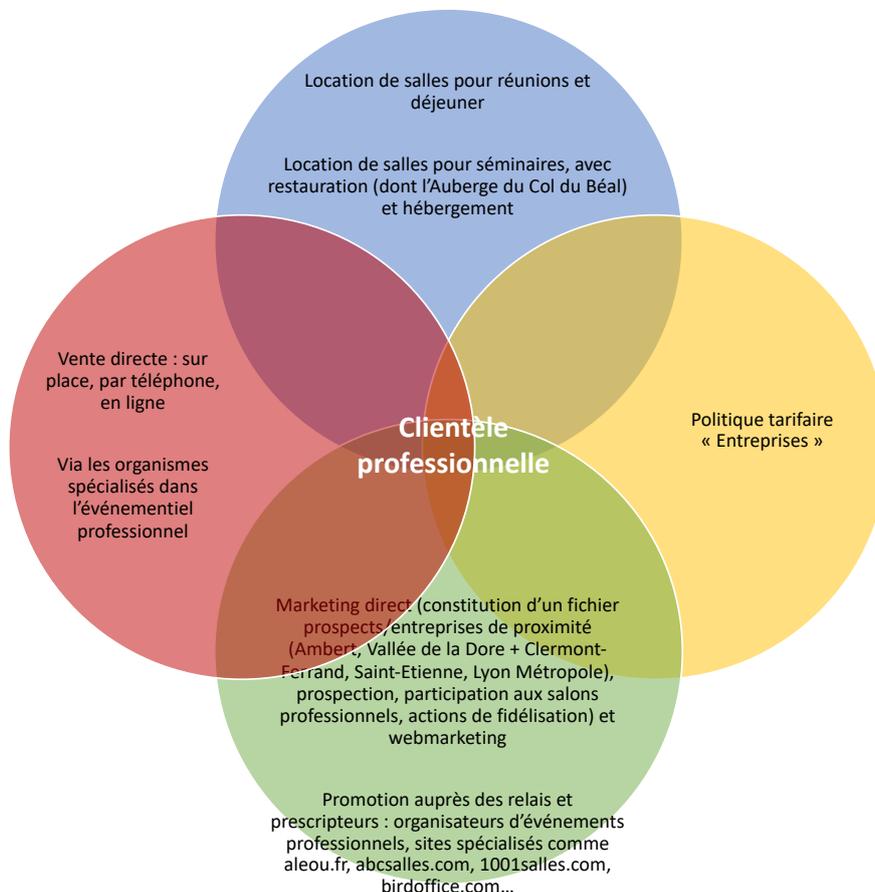
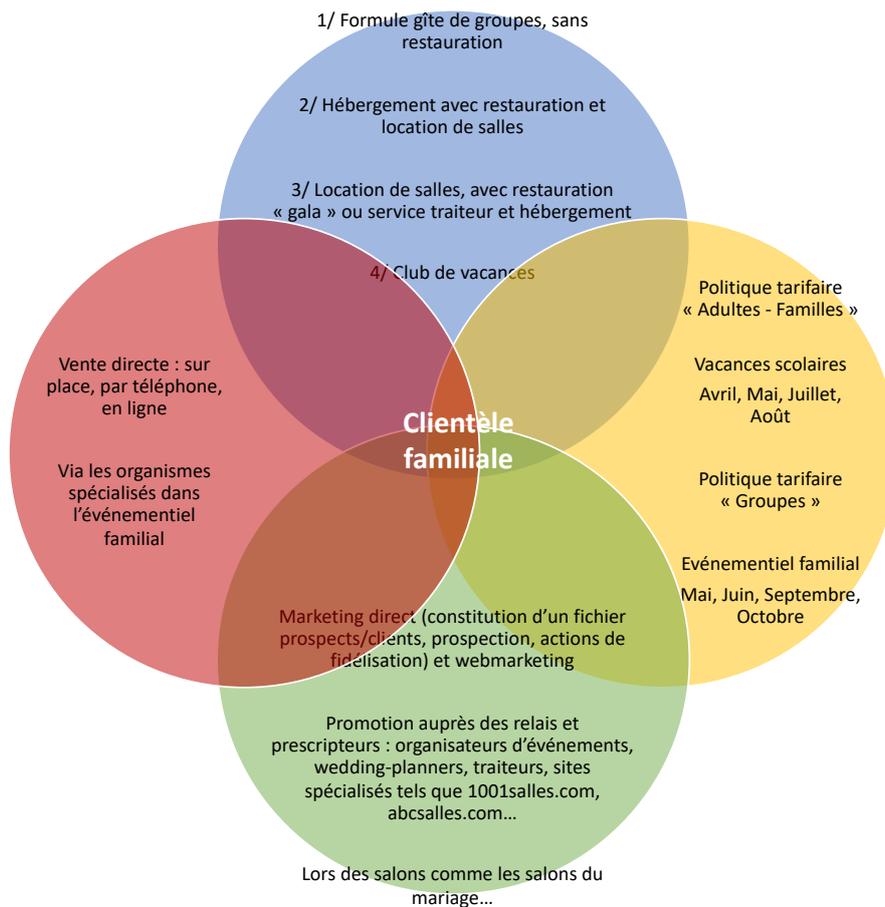
Le marketing-mix est l'ensemble des domaines opérationnels dans lequel il peut être nécessaire d'élaborer des stratégies. Le marketing-mix regroupe l'ensemble des décisions et actions marketing prises concernant la politique produit, la politique de prix, la politique de distribution et la politique de communication.



311 - Les 4P par cible







312 - Couple Produit / Marché

L'établissement propose une large offre, polyvalente, au sein d'une structure parfaitement requalifiée et adaptée pour l'accueil des différentes cibles préalablement identifiées. Il s'agit d'un véritable complexe, comprenant 21 chambres - majoritairement multicouchages, un bar/restaurant, des espaces de réception et de loisirs ainsi qu'un espace aquatique avec un véritable SPA.

Cet équipement, dont l'appellation actuelle est « village-vacances », convient à la clientèle touristique française et/ou étrangère, souhaitant séjourner sur le territoire. Mais la spécificité de la structure repose sur le fait qu'elle permet d'accueillir des groupes, que ce soit des groupes adeptes d'activités en commun (comme les randonneurs, cyclotouristes, cueilleurs de champignons, motards, cyclistes...), une clientèle associative ou scolaire ou bien une clientèle de particuliers se regroupant dans le cadre d'événements familiaux, de type cousinades, anniversaires, baptême, communions, mariages...

La structure, disposant de trois salles de réception permet aussi d'accueillir une clientèle professionnelle, pour l'organisation de réunions et de séminaire - pour des groupes d'une vingtaine de personne, avec une personne par chambre.

A noter que la structure d'ensemble comprend d'un côté, le bâtiment principal et de l'autre, le bâtiment secondaire pouvant être commercialisé séparément comme un gîte de groupe, sous réserve de compléter par quelques équipements la salle commune du rez-de-chaussée.

Par ailleurs, les deux gîtes de 8 personnes à proximité ainsi que l'Auberge du Col du Béal constituent des offres spécifiques et originales complémentaires, permettant d'offrir du choix à la clientèle. Sachant que l'exploitation de l'Auberge du Col du Béal est régi par un contrat entre Ambert Livradois Forez et la SPL.

Compte tenu de la polyvalence de la structure et de son environnement immédiat, il est intéressant de proposer des produits packagés, tels que des séjours à thème, comprenant des activités de pleine nature.

313 – Politique de produit avec les classements et labels

Le classement Atout France

Actuellement, la structure n'est pas classée auprès d'Atout France. Or, les clientèles touristiques sont de plus en plus exigeantes et les étoiles demeurent un repère important et universel.

L'ensemble des hébergements bénéficient d'un classement allant de 1* à 5*. Ils sont évalués selon les trois grands axes suivants :

- le niveau de confort des équipements ;
- les services proposées ;
- les bonnes pratiques en matière de respects de l'environnement et d'accueil des clientèles en situation de handicap.

A noter qu'un contrôle est effectué tous les 5 ans par un organisme de contrôle accrédité par le Cofrac.



La marque Qualité Tourisme



La marque Qualité Tourisme™ est la seule marque d'État attribuée aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations.

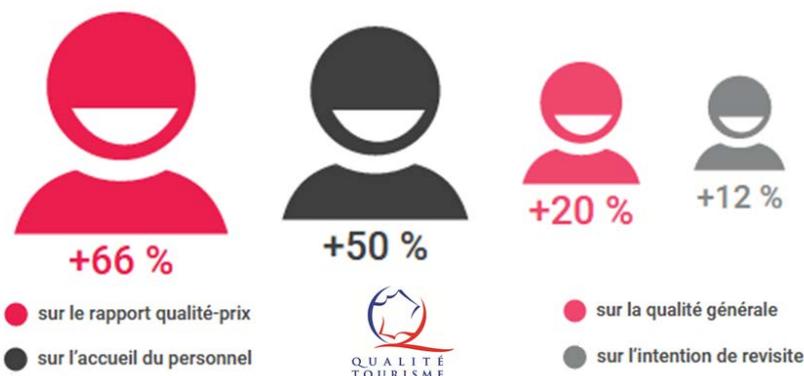
La Marque Qualité Tourisme est attribuée :

- aux professionnels du tourisme pour la qualité de leur accueil et de leurs prestations, dans le cadre d'une démarche volontaire,
- par l'État (la sous-direction du tourisme, de la Direction générale des entreprises du Ministère de l'Économie et des finances), grâce à l'implication de ses nombreux partenaires privés ou institutionnels.

Pour obtenir la Marque Qualité Tourisme, un établissement candidat doit :

- Souscrire aux valeurs de la Marque et s'engager à :
 - Un accueil chaleureux
 - Un personnel attentif
 - La maîtrise des langues étrangères
 - Des prestations personnalisées
 - Des informations claires et précises
 - Une propreté et un confort assurés
 - La découverte d'une destination
 - La prise en compte des avis clients
- Être classé si le classement réglementaire existe sur l'activité (Hôtels, Résidences de tourisme, Offices de tourisme...),
- Mettre en place une écoute client (traitement des réclamations, questionnaire de satisfaction, analyse de l'e-reputation...),
- Être audité sur la base de référentiels nationaux (entre 250 et 600 critères d'évaluation) par un cabinet externe et indépendant à une fréquence régulière (3 ou 5 ans),
- Atteindre un niveau de performance élevé lors de cet audit réalisé en client mystère (score minimal de 85%).

La satisfaction Qualité Tourisme™ :
des clients plus satisfaits par rapport aux moyennes française et euro-méditerranéenne



Les labels

La France se caractérise par une multitude de labels ou démarches qualité, mis en œuvre par des réseaux volontaires, des chaînes intégrées, des organisations professionnelles, des associations, des organismes de certification...

L'ensemble de ces processus recouvre des appellations elles-mêmes diverses (chartes, labels, certifications, qualifications...), qui ne reposent ni sur les mêmes exigences ni sur les mêmes modalités.

Le label « Tourisme et Handicap »

Pour les touristes handicapés, le label « Tourisme et Handicap » est une garantie. Pour un touriste handicapé, le label Tourisme et Handicap constitue la preuve de l'engagement concret ainsi que la garantie d'un accueil efficace et adapté.

Le logo, apposé à l'entrée de l'établissement et sur tous documents, renseigne les personnes handicapées de façon fiable, homogène et objective sur leur accessibilité en fonction du handicap (moteur, visuel, auditif et mental) grâce à quatre pictogrammes.



Le label « Tourisme et Handicap » favorise l'émergence de produits et de services touristiques réellement ouverts à tous, et garantit à tous les touristes handicapés un accès à l'information leur permettant un maximum d'autonomie.



Pour les professionnels du tourisme, c'est un avantage concurrentiel. Le label « Tourisme et Handicap » est d'abord une reconnaissance : il sanctionne les efforts des professionnels du tourisme en matière d'accessibilité et d'accueil des clientèles spécifiques. Tous ceux qui ont demandé à être labellisés s'affirment en effet comme des acteurs et des ambassadeurs de l'accueil du public handicapé.

Leur choix en faveur de ce public spécifique va de pair avec une réflexion commerciale parfaitement raisonnée : en arborant le label Tourisme et Handicap, ils mettent en avant un avantage concurrentiel important sur les plans national, européen et international. La présence du label « Tourisme et Handicap » sur chacun de leurs documents attire en effet vers leurs sites une nouvelle clientèle au pouvoir d'achat non négligeable.

Les écolabels

L'adhésion à un label lié au tourisme vert est un moyen de :

- bénéficier d'une légitimité ;
- être visible ;
- bénéficier d'un réseau ;
- se démarquer.

Ci-dessous les principaux écolabels :

▪ La Clef Verte

Développé en France depuis 1998 par Teragir, le label Clef Verte est, par le nombre d'établissements labellisés et par son antériorité, le premier écolabel pour les établissements touristiques en France.

Mise en œuvre d'une politique environnementale et d'une démarche socialement responsable, gestion intelligente des déchets (réduction à la source, collecte et recyclage), maîtrise des consommations d'énergie et d'eau, achats responsables (en particulier pour l'alimentation et l'entretien), sensibilisation active de la clientèle : ce sont autant de critères du label Clef Verte qui sont pris en compte par les établissements labellisés. Le processus de labellisation prévoit des audits réguliers et la collecte de preuve pour attester du sérieux de la démarche des établissements.



▪ l'Écolabel Européen

Signes d'excellence, les écolabels garantissent un niveau d'exigence élevé en termes de limitation des impacts des produits et services sur l'environnement et la santé, tout en maintenant leur niveau de performance.

Pour les hébergements touristiques, les caractéristiques sont les suivantes :

- Gestion générale : management environnemental, formation du personnel, information de la clientèle, entretien des appareils et des dispositifs de chauffage, suivi des consommations
- Réduction des consommations d'énergie : approvisionnement en électricité renouvelable, chauffage, éclairage
- Réduction des consommations d'eau : sanitaires, nettoyage du linge
- Réduction et tri des déchets et eaux usées
- Autres critères : promotion des transports écologiques, informations sur l'Écolabel Européen...



314 - Les intervenants au marché

Focus sur la marque régionale Nattitude



Créée en juillet 2018, l'association « Esprit Nattitude » est formée par des hébergeurs (tous types d'hébergements confondus) de tout niveau de confort, appartenant ou non à des réseaux ou labels connus et tous réunis autour d'un état d'esprit commun de partage et de recherche d'excellence. La collection Nattitude met en lumière le « Best Off » de la destination.

Les deux exigences prioritaires sont les suivantes :

D'une part, une activité éco-responsable à travers la valorisation du territoire (nature et paysages, activité, évènementiels...) et de ses producteurs (repas préparés avec des produits issus des filières courtes), d'autre part, être à l'écoute permanente des aspirations des clients.

La Marque Nattitude met ainsi en lumière des hébergeurs passionnés par le partage de leurs passions et de leurs connaissances, et des hébergements qui témoignent d'une Auvergne préservée, naturelle, insolite et authentique.

Quels que soient leur classement, leur label, leur appartenance à des chaînes ou à des réseaux commerciaux, les établissements sont tous situés dans des sites uniques et offrent des ambiances soignées et conviviales, un confort douillet, une atmosphère propice au ressourcement, des expériences à partager, des propositions d'activités...

Adhérer à l'association permet de bénéficier d'un réseau, de le développer ainsi que la notoriété de la marque. L'association propose aussi des outils pour progresser dans la qualité : éductours, journées techniques...

A noter qu'il s'agit d'une association avec un budget limité et non reconnu nationalement.

Focus sur la marque REVEA



En 1995, SOMIVAL, Société d'Aménagement Régional, lance la chaîne commerciale « Les Gîtes de Trèfles », qui a pour objectif le développement de séjours touristiques à partir des hameaux de gîtes existants ou à créer ; et en 1998, la chaîne commerciale « Les Chalets de Flore » pour la commercialisation des HLL sur camping. La création de ces deux chaînes répond à un besoin de promotion et de mise en marché d'hébergements locatifs de plein air, développés en appui de centres de tourisme sur PRL ou campings implantés sur toute la France.

En Octobre 2006, Gîtes de Trèfles a absorbé la Sarl Chalets de Flore en rachetant les parts que SOMIVAL détenait dans cette société.

Depuis le 1er janvier 2007, la Sarl Gîtes de Trèfles assure la promotion et la commercialisation des séjours en hameaux de gîtes, chalets, résidences mobiles, roulettes, yourtes et résidences de tourisme sous la marque qu'elle a créée « REVEA » Vacances Couleurs Nature (marque déposée à l'INPI).

Le 14 février 2013, la Sarl Gîtes de Trèfles a changé de statut pour devenir la SAS REVEA « Vacances Couleurs Nature ».

Depuis 16 ans, REVEA, dont la marque pérennise le concept de Gîtes de Trèfles et Chalets de Flore, a été parmi les précurseurs spécialisés dans la **promotion et la commercialisation de séjours de tourisme vert humains et conviviaux** : pour des vacances nature entre amis, en famille dans un cadre préservé.

Avec un statut d'agence de voyage, le concept développé par REVEA s'inscrit dans une démarche de labellisation où chacun des sites partenaires doit être conforme aux normes définies par une charte de qualité.

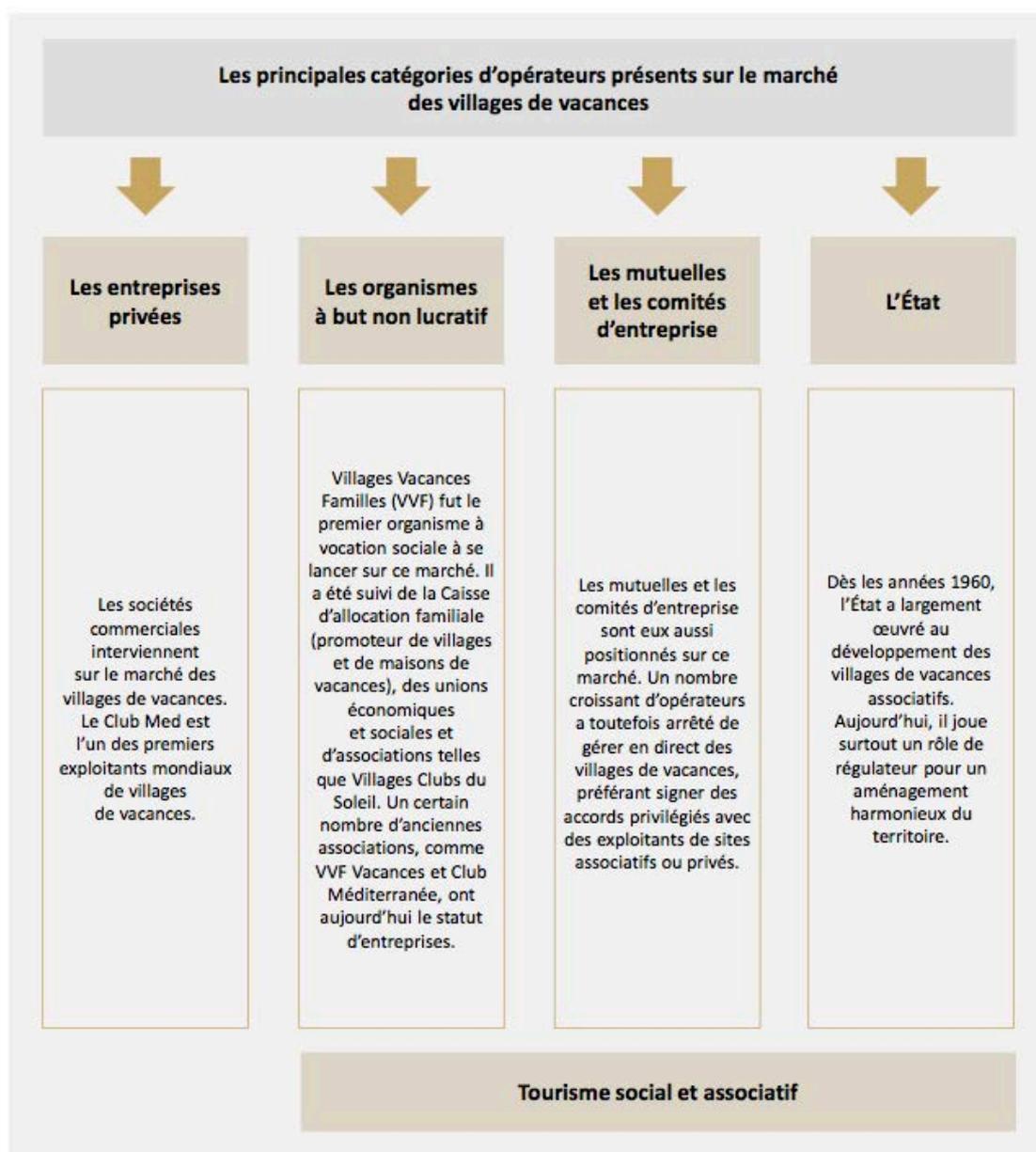
REVEA commercialise en 2017, 110 sites en France.

REVEA propose plusieurs gammes d'hébergements : villas ou gîtes en hameau, chalets ou résidences mobiles en camping, appartements en résidence de tourisme, roulettes et hébergements insolites.

Les villages de vacances en France

Les villages de vacances sont historiquement liés à la généralisation des congés payés et ont été initialement créés pour permettre à l'ensemble des familles, y compris les plus modestes de partir en vacances. De nombreux villages sont encore détenus par des associations et des organismes à but non lucratif, bien que les leaders du marché (Club Med, Belambra, Pierre & Vacances - Center Parcs, etc.) sont aujourd'hui des sociétés de droit privé. Les villages de vacances se différencient des résidences de vacances en proposant un produit touristique complet, toutes les prestations étant comprises dans le prix du séjour (restaurant, club pour les enfants, activités sportives, etc.).

■ Présentation des principaux acteurs des villages de vacances



Source : Xerfi

LES PRINCIPAUX INTERVENANTS

| Acteurs | Résidences de tourisme | Villages de vacances | CA consolidé (année) | Parc de RT et VV en France |
|-------------|------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------------|
| PV - CP | ● | ● | 1 435 M€ (30/09/2018) | > 260 |
| ODALYS | ● | | 248 M€ (2018) | > 200 |
| APPART'CITY | ● | | 177 M€ (2018) | > 100 |
| LAGRANGE | ● | | nd | > 100 |
| GOÉLIA | ● | | 47 M€ (2018) | 65 |
| VACANCÉOLE | ● | ● | 43 M€ (2018) | 61 |
| BELAMBRA | ● | ● | 170 M€ (2017) | 53 |
| CLUB MED | | ● | 1 617 M€ (2018) | 24 |

■ Principales enseignes des groupes privés intervenant dans le secteur en France (*)

| Groupes | Enseignes |
|-------------|--|
| PVCP | Pierre & Vacances, Adagio, Pierre & Vacances Premium, Center Parcs, Maeva, Sunparks, Villages Nature |
| ODALYS | Odalys Résidences, Odalys Résidences Clubs, Odalys Résidences Prestige, Odalys Appart'Hôtels |
| APPART'CITY | Appart'City |
| LAGRANGE | Lagrange Vacances Résidences, Lagrange AppartHotels |
| GOÉLIA | Goélia, Seven Urban Suites |
| VACANCÉOLE | Vacancéole |
| BELAMBRA | Belambra Clubs, Belambra Clubs Sélection, Belambra Résidences |
| CLUB MED | Club Med |

(*) Liste non exhaustive / Source : Xerfi d'après opérateurs et Greffes des Tribunaux de Commerce

■ **Tableau de positionnement des principaux acteurs du secteur selon leurs catégories hôtelières (*)**

| Nom du groupe / de l'association | Nombre de RT et VV en France | 2* | 3* | 4* | 5* | Localisation |
|----------------------------------|------------------------------|----|----|----|----|---------------------------------|
| Appart'City | > 100 | ● | ● | ● | | Villes |
| Azureva | 54 | | ● | ● | | Mer, montagne, campagne |
| Belambra | 53 | | ● | ● | | Mer, montagne, campagne |
| Cap West | 31 | | | nd | | Villes |
| Cie de Gestion Hôtelière (CGH) | 34 | | | ● | | Montagne et mer |
| Club Med | 24 | | ● | ● | ● | Mer, montagne, campagne |
| Eurogroup (Madame Vacances) | 48 | | ● | ● | ● | Mer, montagne, campagne |
| Goélia | 59 | ● | ● | ● | | Mer, montagne, campagne, villes |
| Groupe Réside Études | 36 | ● | ● | ● | | Villes |
| Lagrange | > 100 | ● | ● | ● | ● | Mer, montagne, campagne, villes |
| Néméa | 48 | | ● | ● | | Mer, montagne, campagne, villes |
| Odalys | > 200 | ● | ● | ● | ● | Mer, montagne, campagne, villes |
| Pierre & Vacances – Center Parcs | > 260 | ● | ● | ● | ● | Mer, montagne, campagne, villes |
| Popinns | 48 | ● | ● | ● | | Mer, montagne, campagne, villes |
| The Ascott Limited (Citadines) | 26 | | | ● | ● | Villes |
| Vacancéole | 61 | | ● | ● | | Mer, Montagne |
| Vacances Bleues Résidences | 46 | | ● | ● | | Mer, montagne, campagne |
| Vacanciel | 24 | ● | ● | | | Mer, montagne, campagne |
| Villages Clubs du Soleil | 17 | | | nd | | Mer, Montagne |
| Villages Vacances Familles (VVF) | 91 | | | nd | | Mer, montagne, campagne |

(*) Liste non exhaustive, y compris acteurs du monde associatif. Classement par ordre alphabétique, RT : résidences de tourisme, VV : villages de vacances
Source : Xerfi, d'après opérateurs et presse

DES POIDS LOURD SUR LE SEGMENT D'HÉBERGEMENT DES VILLAGES DE VACANCES

Le secteur des villages de vacances est dominé par trois acteurs privés en France : Pierre & Vacances - Center Parcs, Belambra et Club Med. Face à eux figurent des groupes issus du monde social et associatif comme VVF Villages (91 sites en France), Azureva (54) et Villages Clubs du Soleil (17) qui ont engagé d'importants programmes d'investissement au cours de la période récente pour mettre leur offre au goût du jour.

LES PROFESSIONNELS INVESTISSENT POUR DÉFENDRE LEURS PARTS DE MARCHÉ

Face à l'essor des solutions d'hébergements alternatives (hôtellerie de plein air et location entre particuliers notamment), les gestionnaires de villages de vacances ont mené d'importants efforts de montée en gamme et de déstandardisation pour renforcer l'attractivité de leur offre. En parallèle, de nouveaux concepts ont vu le jour. Par ailleurs, les gestionnaires continuent d'étoffer leur portefeuille de destinations, en particulier à la montagne. Belambra a notamment inauguré un site de 238 chambres à Avoriaz (74) début 2019.

LES MAJORS CHERCHENT À DIVERSIFIER LEUR OFFRE

Confrontés à de nouvelles contraintes pour leur développement organique, les plus grands acteurs des villages de vacances cherchent à accélérer leur diversification en dehors de leur cœur de métier. Plusieurs d'entre eux ont déjà investi des domaines connexes tels que les résidences étudiantes ou les résidences seniors. Pierre & Vacances - Center Parcs a pour sa part pénétré le segment des campings début 2018 avec son enseigne Maeva. De son côté, Vacancéole prévoit de commercialiser des chalets de luxe à Megève (74) dès l'hiver 2019/2020.

315 – Politique de prix

La politique tarifaire de l'établissement est décomposée selon le profil de clientèle (particuliers, groupes à partir de 30 personnes, professionnels, scolaires) et par activité (hébergement, restauration, services annexes). A noter que les deux gîtes en gestion libre ont leur propre politique tarifaire.

Globalement, la politique tarifaire de l'établissement est complexe et peu lisible pour les clients. La présentation des tarifs est à revoir et à actualiser. En effet, il existe des répétitions et des dates non actualisées sur les différents supports de présentation des tarifs.

- Pour la politique tarifaire « Adultes - Familles », les tarifs peuvent être simplifiés ainsi :
 - Pour l'hébergement seul, ne proposer qu'un seul tarif par personne, que ce soit en chambre single, double ou collective, avec distinction haute saison et basse saison.
 - Pour les forfaits, proposer un tarif adulte et un tarif enfants pour la Demi-Pension. De même pour la Pension Complète, avec distinction haute saison et basse saison.
 - Concernant les repas, supprimer les lignes « demi-pension » et « pension complète » pour ne proposer que le tarif du petit-déjeuner, du déjeuner ou dîner et du pique-nique, sans faire de distinction avec le tarif dit « visiteur ».

- Pour la politique tarifaire « Groupes », les tarifs peuvent être simplifiés ainsi :
 - Pour l'hébergement seul, ne proposer qu'un seul tarif par personne, que ce soit en chambre single, double ou collective, avec distinction haute saison et basse saison.
 - Pour les forfaits, proposer un tarif adulte et un tarif enfants pour la Demi-Pension. De même pour la Pension Complète, avec distinction haute saison et basse saison.
 - Concernant les repas, supprimer les lignes « demi-pension » et « pension complète » pour ne proposer que le tarif du petit-déjeuner, du déjeuner ou dîner et du pique-nique, sans faire de distinction avec le tarif dit « visiteur ».
 - Proposer la location de l'établissement secondaire comme gîte de groupe, avec un tarif à la semaine et au week-end, avec distinction haute saison et basse saison.

A noter qu'il est essentiel d'harmoniser la fiche de présentation. A titre d'exemple, il est précisé pour les Groupes : « à partir de 30 personnes » et au sein du tableau « Tarif Spécial Là Bas », il est noté « à partir de 3 personnes ». Or, cette incohérence peut créer des confusions.

- Pour la politique tarifaire « Séminaires », il est important de noter que l'intitulé exclut les autres types d'événements comme les réunions, incentives, team-building... Il s'agit d'un tarif « entreprises », au sens large et les tarifs peuvent être simplifiés ainsi :
 - Pour la location de salles sèche : un tarif pour la demi-journée et un tarif pour la journée, en distinguant la salle de 95 m² et une salle de 48m².
 - Conserver le tarif pour les journées d'études, en supprimant les lignes « café d'accueil » et « pause ». Prestations comprises.
 - Conserver les tarifs pour les séminaires résidentiels.
 - Proposer les activités et incentives, en précisant : « sur devis ».

- Pour la politique tarifaire « Scolaires », le « goûter » doit être placé dans « tarif repas » et non « hébergement ».

Par ailleurs, concernant la politique tarifaire dans son ensemble, il est important de construire des offres, tout au long de l'année. Par exemple, proposer le même tarif pour quatre nuits en semaine (du lundi au jeudi) et trois nuits de week-end (vendredi, samedi et dimanche) afin d'encourager les ventes en semaine, durant les périodes plus creuses.

316 – Réseau de distribution

Dans l'ensemble, les réseaux de distribution envisagés sont :

- La vente directe (ecommerce, force de vente) ;
- La vente auprès de relais et prescripteurs.

Focus sur l'influence des OTA

Les OTA (*Online Travel Agencies*), comme Booking ou Expedia, sont beaucoup utilisées par les internautes. Elles leur permettent de réserver directement des séjours sans passer par les gestionnaires et de comparer simultanément les prix pratiqués par des centaines d'établissements. Cette configuration impacte le niveau de concurrence au sein du secteur, les prix pratiqués et en conséquence les revenus des gestionnaires de résidences de tourisme et villages de vacances. Le poids des OTA dans la distribution des séjours est plus ou moins fort selon les initiatives des gestionnaires pour accroître leur visibilité commerciale. Le développement de sites internet marchands et informatifs ou d'applications mobiles peut notamment permettre de tisser un lien direct et personnalisé avec le client afin de stimuler les ventes en direct.

317 - Communication

Afin de faire connaître l'établissement, il est important de communiquer directement auprès des différentes cibles de clientèle en utilisant, d'une part des techniques de marketing direct et en complétant ces messages avec des offres avantages, en intersaison, sans oublier la mise en œuvre des outils numériques et du web marketing. En effet, dans un site qui accueille une clientèle de groupe, la stratégie consistera à assurer la promotion auprès des relais et des prescripteurs potentiels.

Par ailleurs, il apparaît qu'un changement de dénomination et de nom est à réaliser. En effet, la dénomination « village de vacances » ne traduit qu'un volet de l'activité et qu'un segment de marché, à savoir la clientèle familiale d'été. A noter que ce type de structure ne fonctionne et n'ouvre que lors de la période estivale. Or, la structure au Brugeron offre une vraie polyvalence et permet d'accueillir différents types de clientèles potentielles tout au long de l'année. Par ailleurs, le nom « Là Ô » est restrictif, trop lié à une localisation et non à un concept ou un positionnement marketing, qu'il convient de modifier. Il serait par exemple intéressant d'avoir les termes suivants : « Hautes Chaumes » ; « Forez »...

Focus sur la communication numérique :

1/ Le site internet actuel ne met pas suffisamment en valeur la qualité et les atouts de l'équipement. Il y a un manque de cohérence avec l'offre qualitative proposée. A titre d'exemple, les photos ne sont pas en plein écran.

2/ Le référencement naturel (SEO - Search Engine Optimisation) est actuellement réduit et de faible qualité. Le site est non optimisé, ce qui entrave la visibilité sur internet et le moteur de recherche Google. Il est important de travailler sur le codage du site.

3/ Le référencement payant (SEA - Search Engine Advertising) est inexistant, car aucun achat de Google Adwords n'est effectué.

4/ L'établissement est peu ou pas référencé sur les sites des OTA, des relais et prescripteurs et des partenaires. Notamment pour l'organisation d'événements familiaux, de type cousinades, il est important d'être présent sur les sites tels que Booking, Leboncoin, Airbnb et Abritel. Pour l'activité d'événementiel B2B et B2C, il est également nécessaire d'être référencé sur les sites de location de salles (abcsalles.com, 1001salles.com, bird-office.com..). En effet, il s'agit d'une manière d'apporter des leads (prospects).

5/ Présence sur les réseaux sociaux faible et inefficace, notamment sur Facebook. En effet, il n'existe aucun post sponsorisé et aucun ciblage particulier (par exemple, vers les groupes de randonneurs, cyclistes, motards...). Une démarche de Social Selling, processus de recherche, de sélection, d'écoute et d'interaction avec des prospects potentiels via les réseaux sociaux, permettrait de détecter, d'accélérer et/ou de développer des business.



32 – BUSINESS MODEL CANVAS

| Partenaires clés | Activités clés | Proposition de valeur | Relation client | Segments clients |
|--|---|---|---|--|
| <p>L'ensemble des relais et prescripteurs :</p> <p>Opérateurs du tourisme</p> <p>Associations, fédérations et clubs sportifs</p> <p>Établissements scolaires et organismes associés</p> <p>Comités d'entreprises</p> <p>Structures spécialisées dans l'événementiel B2B et B2C</p> | <p>Accueil</p> <p>Hébergement</p> <p>Bar/restauration</p> <p>Location de salles</p> <p>Services annexes</p> | <p>Séjours au Brugeron au sein d'une structure polyvalente, parfaitement requalifiée et adaptée</p> | <p>Acquisition</p> <p>Fidélisation</p> | <p>Clientèle touristique</p> <p>Clientèle de groupes</p> <p>Clientèle scolaire</p> <p>Clientèle familiale</p> <p>Clientèle professionnelle</p> |
| | <p>Ressources clés</p> <p>Immobilier et mobilier</p> <p>Ressources humaines</p> | | <p>Canaux</p> <p>Vente directe</p> <p>Vente auprès des relais et prescripteurs</p> | |
| <p>Structure de coûts</p> <p>Salaires et charges sociales</p> <p>Achats de matières premières et approvisionnements</p> <p>Loyer</p> | | <p>Flux de revenus</p> <p>Bar/restauration</p> <p>Hébergement</p> <p>Animations</p> <p>Location de salles</p> <p>Accès à l'espace aquatique et SPA</p> | | |

Concernant le business model actuel, la problématique est liée au mélange des genres et au fait que la cantine et le portage de repas soient des activités devenues principales alors qu'elles auraient dû être complémentaires à l'accueil des autres types de clientèles préalablement identifiées. En effet, ces activités constituent une charge de structure et d'exploitation importante, sans que cela ne participe à la rentabilité de l'établissement. Elles imposent une ouverture tous les jours, soit 365 jours par an, pour préparer et porter les repas du midi (6,70 €) et du soir (6,20 €) aux 14 ou 16 personnes de la maison de retraite ainsi qu'une ouverture en période scolaire, à raison de 4 jours par semaine (lundi, mardi, jeudi et vendredi) pour le déjeuner des élèves de l'école primaire du Brugeron.

Des solutions alternatives doivent être envisagées pour ces activités afin que l'exploitation soit limitée uniquement en réponse des ventes effectivement réalisées. La structure doit être ouverte lorsqu'il y a des réservations et fermée le reste du temps. Particulièrement sur la période de basse saison pour le site, correspondant aux mois de novembre, décembre – hors fêtes de fin et de début d'année – janvier, février et mars. Un peu comme les stations thermales d'Auvergne ou comme certains gros opérateurs touristiques tel que Vulcania. Sauf demande de groupes (familiaux, associatifs, de loisirs ou d'entreprises), l'établissement ferme au lendemain des vacances scolaires de la Toussaint, pour rouvrir fin mars – début avril, à l'occasion des vacances de printemps.

A noter que cette remise en cause du fonctionnement aura un impact sur le personnel et qu'un accompagnement des équipes sera nécessaire.

33 – ORIENTATIONS JURIDIQUES ET RAPPEL DES MODES DE FONCTIONNEMENT

Compte tenu des difficultés que rencontre la SPL (déficits réguliers, capital négatif), la Communauté de communes Ambert Livradois Forez souhaite réajuster le mode de gestion.

A savoir que la SPL connaît des difficultés financières et techniques, notamment pour l'entretien courant de la structure. Ainsi, la Communauté de communes prend en charge certains éléments comme le changement de l'équipement cuisine, la procédure d'agrément Éducation Nationale, les problématiques d'humidité au sein de l'espace aquatique... Or, cela est contraire au contrat signé.

Par ailleurs, il y a une des délibérations concernant les loyers. Une première délibération a permis d'établir des loyers progressifs ; le résultat de la deuxième délibération a été de supprimer les loyers de 2018 et 2019.

331 – Approche des différents modes de gestion

Les collectivités territoriales et leurs groupements disposent de la liberté du choix du mode de gestion pour exploiter leurs services publics. Cette liberté de choix du mode de gestion découle du principe constitutionnel de libre administration des collectivités territoriales. Les collectivités territoriales peuvent alors décider, soit de gérer directement le service, soit d'en confier la gestion à un tiers.

L'article 4 de l'ordonnance du 29 janvier 2016 confirme ce principe de libre administration des personnes publiques : elles sont libres de décider du mode de gestion qu'elles estiment le plus approprié pour satisfaire à leurs besoins, y compris en recourant à leurs propres ressources. L'ordonnance rappelle cependant que le mode de gestion choisi doit permettre « d'assurer notamment un niveau élevé de qualité, de sécurité et d'accessibilité, l'égalité de traitement ainsi que la promotion de l'accès universel et des droits des usagers en matière de services publics ».

L'article 5 de cette même ordonnance donne une nouvelle définition de la concession dont la notion de service public n'est plus un élément indispensable pour recourir à ce type de contrat.

Ainsi deux cas de figure peuvent être distingués :

- Les concessions sans service public ;
- Les concessions avec une délégation de service public.

▪ **La gestion directe en recourant à une régie**

Par gestion directe, on entend un mode de gestion par lequel la collectivité locale gère directement le service. Cela se matérialise par le recours à une régie. Depuis le décret n° 2001-184 du 23 février 2001 relatif aux régies chargées de l'exploitation d'un service public, décret qui a profondément modifié les dispositions applicables aux régies, les collectivités n'ont la possibilité que de créer deux catégories de régie :

- soit une régie dotée de l'autonomie financière ;
- soit une régie dotée de l'autonomie financière mais également de la personnalité morale.

| Régie dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière | Régie dotée de la seule autonomie financière |
|---|--|
| La création est décidée par délibération du conseil municipal. | La création est décidée par délibération du conseil municipal |
| La délibération arrête les statuts et fixe le montant de la dotation initiale de la régie. | La délibération arrête les statuts et détermine l'ensemble des moyens mis à la disposition de la régie. |
| La régie est administrée par un conseil d'administration, son président et un directeur désignés par le conseil municipal sur proposition du maire (article L. 2221-10 du CGCT). Les élus du conseil municipal y détiennent la majorité | La régie est administrée par un conseil d'exploitation et un directeur qui sont sous l'autorité du maire et du conseil municipal. Les membres du conseil d'exploitation sont nommés par le conseil municipal. Le directeur est nommé par le maire dans les conditions prévues à l'article L. 2221-14 du CGCT sur avis du conseil d'exploitation. |
| Le conseil d'administration délibère sur toutes questions intéressant le fonctionnement de la régie. | Le conseil municipal, après avis du conseil d'exploitation et dans les conditions prévues par le règlement intérieur, délibère sur toutes questions intéressant le fonctionnement de la régie. |
| Le budget comporte deux sections, l'une pour les opérations d'exploitation, l'autre pour les opérations d'investissement. Il est préparé par le directeur (SPIC) ou le président du conseil d'administration (SPA) et voté par le conseil d'administration. | Le budget comporte deux sections, l'une pour les opérations d'exploitation, l'autre pour les opérations d'investissement. Il est préparé par le directeur, soumis pour avis au conseil d'exploitation et voté par le conseil municipal. Il est annexé à celui de la commune. |
| Les fonctions de comptable sont confiées soit à un comptable du Trésor, soit à un agent comptable. Il est nommé par le préfet, sur proposition du conseil d'administration et après avis du trésorier-payeur général. | L'agent comptable est celui de la commune. |
| La régie prend fin en vertu d'une délibération du conseil municipal. | La régie prend fin en vertu d'une délibération du conseil municipal. |

Si les collectivités n'ont la possibilité que de créer soit des régies autonomes soit personnalisées, l'article L. 2221-8 introduit une certaine souplesse dans le dispositif en donnant la possibilité aux communes qui avaient des régies municipales avant le 28 décembre 1926 de conserver la forme de la régie simple ou directe en vigueur.

Enfin, l'article L. 2221-13 prévoit la possibilité de créer des régies autonomes d'intérêt intercommunal. Dans ce cas, elles peuvent être exploitées :

- soit sous la direction d'une commune agissant, vis-à-vis des autres communes, comme concessionnaire ;
- soit sous la direction d'un syndicat formé par les communes intéressées.

▪ Les Délégations de Service Public - DSP

Ce mode de gestion permet à la collectivité de confier à une entreprise privée ou une personne publique l'exécution du service public tout en conservant la maîtrise de celui-ci. L'entreprise est alors chargée de l'exécution du service. Elle l'assure avec son propre personnel selon les méthodes de la gestion privée et à ses risques et périls. La commune lui octroie en contrepartie un monopole d'exploitation du service.

L'une des caractéristiques essentielles des modes de gestion déléguée concerne le risque financier lié à l'exploitation du service : il pèse non pas sur la collectivité mais sur l'entreprise, qui se rémunère, en tout ou partie, par le prix payé par les usagers du service. Cette particularité trouve d'ailleurs sa contrepartie dans la liberté offerte à la collectivité de faire appel à l'entreprise de son choix, dans le cadre d'une procédure assurant la transparence du choix.

La collectivité garde, néanmoins, la maîtrise du service dans la mesure où l'entreprise est tenue de rendre compte de sa gestion sur les plans technique et financier. En outre, la collectivité dispose des moyens juridiques nécessaires pour assurer, quoi qu'il arrive, le fonctionnement du service ou pour modifier son organisation (pouvoir d'infliger des sanctions à l'entreprise, de modifier unilatéralement le contrat ou même de le résilier pour des motifs tenant à l'organisation du service ou tirés de l'intérêt général).

Les différentes formes de DSP :

- **La concession :**

La concession est un mode de gestion par lequel la collectivité charge son cocontractant de réaliser des travaux de premier établissement et d'exploiter à ses frais le service pendant une durée déterminée en prélevant directement auprès des usagers du service public des redevances qui lui restent acquises. La rémunération du concessionnaire est assurée par les usagers : le risque repose sur le concessionnaire.

La convention de délégation doit tenir compte, pour la détermination de sa durée, de la nature des prestations demandées au délégataire et ne doit pas dépasser la durée d'amortissement des installations mises en œuvre.

La collectivité contrôle le bon fonctionnement du service, notamment au vu des comptes rendus techniques et financiers annuels. Selon les cas, elle possède un pouvoir de fixation et d'homologation du service.

A l'expiration de la convention de délégation, l'ensemble des investissements et des biens du service devient la propriété de la collectivité.

- **L'affermage :**

L'affermage se distingue de la concession essentiellement par le fait que les ouvrages nécessaires à l'exploitation du service sont remis au fermier par la commune qui, en règle générale, en a assuré le financement, le fermier étant chargé de la maintenance de ces ouvrages ou, dans certains cas, de leur modernisation ou leur extension.

Comme dans le système de la concession, le fermier est rémunéré par les usagers, mais il reverse à la collectivité une redevance destinée à contribuer à l'amortissement des investissements qu'elle a réalisés. Le risque repose sur le fermier. La durée des contrats d'affermage est généralement assez courte (trois à cinq ans environ).

Selon la nature des investissements à la charge du délégataire, la frontière entre concession et affermage est parfois difficile à tracer ; c'est pourquoi la jurisprudence a reconnu la possibilité d'articulation des deux modes de gestion dans un même contrat. Pour autant, la collectivité doit veiller à ce que l'économie du contrat ne soit bouleversée et que son objet initial ne soit pas trop altéré

- **La régie intéressée :**

La régie intéressée est une forme d'exploitation dans laquelle la collectivité territoriale passe un contrat avec un professionnel pour faire fonctionner un service public. La collectivité rémunère le « régisseur intéressé » par une rétribution composée d'une redevance fixe et d'un pourcentage sur les résultats d'exploitation " un intéressement ". La collectivité est chargée de la direction de ce service mais peut donner une certaine autonomie de gestion au régisseur. Selon le niveau de risque assuré par le délégataire, c'est une délégation de service public ou un marché (article R. 2222-5 du CGCT).

Les conséquences de l'application des grands principes des services publics :

La règle de la continuité implique que le service public doit fonctionner quelles que soient les circonstances : certains en permanence (lutte contre l'incendie...), d'autres d'une manière continue, ponctuelle et régulière (état civil). Sauf cas de force majeure, l'usager doit pouvoir y accéder en permanence.

La règle de l'adaptation constante (mutabilité) suppose, quant à elle, que le service public doit suivre l'évolution des besoins et s'adapter en vue d'une efficacité sans failles. Ces impératifs peuvent amener, par exemple, le conseil municipal à modifier les contrats administratifs en cours. Les modifications ont, bien souvent, des conséquences sur le plan financier. Le délégataire est tenu d'accepter les conséquences découlant de la règle de l'adaptation constante.

La règle d'égalité n'autorise aucune discrimination dans l'accès au service public et dans son fonctionnement.

La tarification des services dont le financement est assuré par des redevances proportionnelles au service rendu (eau, assainissement...) ne peut, par exemple, être modulée en fonction de considérations étrangères à la nature de la prestation fournie.

Toutefois, le conseil peut tenir compte des différences de situation existant entre des catégories d'usagers et moduler les tarifs à condition que les ruptures d'égalité soient justifiées par des nécessités tirées de l'intérêt général en rapport avec les conditions d'exercice. Le critère de l'importance des ressources des usagers ne peut être pris en compte que pour les services ayant un objet social (cantines scolaires, crèches...).

▪ Le contrat de mandat de gestion

Le mandat de gestion est un contrat par lequel un client (mandant) délègue à un professionnel (mandataire), l'initiative de gérer son patrimoine en partie ou en totalité.

Le mandat de gestion est un contrat écrit et signé par les deux parties. Le contrat fixe les modalités de gestion des biens concernés, la durée du mandat, la nature des biens confiés en gestion et l'étendue des pouvoirs confiés au mandataire dans le cadre de cette gestion. Le mandataire a pour mission de gérer les biens du mandant conformément aux missions qui lui sont dévolues par le contrat de mandat de gestion. Il doit également rendre des comptes au mandant tout au long du contrat.

▪ Le bail commercial

Le bail commercial est un contrat de location de locaux utilisés pour l'exploitation d'un fonds commercial, industriel ou artisanal. Ce statut est protecteur pour le locataire, avec un plafonnement du loyer et un droit au renouvellement du bail.

La conclusion d'un bail commercial n'est possible que si le local est affecté administrativement à l'exercice d'une activité commerciale ou artisanale. Sinon, un changement d'affectation de local est nécessaire.

Le contrat de bail commercial n'est soumis à aucune forme particulière. Sa conclusion par écrit apporte une sécurité, en prouvant son existence.

Les parties peuvent conclure un bail « tous commerces » permettant d'exercer toute activité.

Un état des risques naturels et technologiques doit être joint au contrat de bail.

La répartition des charges, impôts, taxes et redevances entre le locataire et le bailleur doit obligatoirement figurer dans le contrat de bail.

Le contrat de bail est conclu pour 9 ans au minimum. Il ne peut pas l'être pour une durée indéterminée. Le locataire peut donner congé à l'expiration d'une période de 3 ans. Une clause du bail peut toutefois le lui interdire mais seulement pour les baux de plus de 9 ans, les baux des locaux monovalents, ceux des locaux à usage exclusif de bureaux et ceux des locaux de stockage.

▪ Le bail commercial dérogatoire

Le bail dérogatoire permet de déroger aux règles normalement applicables aux baux commerciaux, plus protectrices pour le locataire. Il s'agit d'un contrat de location de locaux utilisés pour l'exploitation d'un fonds de commerce ou artisanal **plus court que le bail commercial classique**, ce qui permet au propriétaire et au locataire de ne pas s'engager sur une longue période. Le locataire ne bénéficie pas du droit au renouvellement.

Un bailleur peut conclure un bail dérogatoire, ou même plusieurs, avec le même locataire, à condition que :

- leur durée totale ne dépasse pas 3 ans,
- le bailleur et le locataire aient manifesté clairement leur intention de ne pas être soumis au statut des baux commerciaux, en insérant une clause dans le contrat,
- le bail soit conclu lors de l'entrée dans les lieux du locataire.

Le loyer est fixé librement et n'est pas plafonné. Une clause d'indexation est possible.

Il est possible de conclure des baux de courte durée successifs au bénéfice du même locataire et pour les mêmes locaux, à condition que la durée totale de ces baux ne dépasse pas 3 ans.

- **Le crédit-bail**

Le crédit-bail est une méthode utilisée pour permettre à une entreprise d'acquérir des biens (mobiliers ou immobiliers) à l'issue d'une période de location.

L'entreprise peut louer :

- des immeubles existants ou à construire
- dont l'usage est industriel, commercial ou de bureaux.

Peuvent signer des contrats de crédit-bail immobilier, tous les types d'entreprises, quel que soit leur secteur d'activité, qui sont assujetties à l'impôt sur les sociétés (IS), aux bénéficiaires industriels et commerciaux (BIC), aux bénéficiaires non commerciaux (BNC) ou aux bénéficiaires agricoles (BA).

Le dossier est accepté en fonction de la nature du bien financé, de la situation financière de l'entreprise, de sa capacité de remboursement et des autres programmes financés par ailleurs.

[332 - Les différentes formes de structures publiques](#)

- **Les Sociétés Publiques Locales (SPL)**

Les collectivités territoriales et leurs groupements peuvent créer, dans le cadre des compétences qui leur sont attribuées par la loi, des sociétés publiques locales dont ils détiennent la totalité du capital.

Les sociétés publiques locales sont des sociétés qui revêtent la forme de société anonyme régie par le livre II du code de commerce et sont composées, par dérogation à l'article L. 225-1 du même code, d'au moins deux actionnaires.

Ces sociétés sont compétentes pour réaliser des opérations d'aménagement au sens de l'article L. 300-1 du code de l'urbanisme, des opérations de construction ou pour exploiter des services publics à caractère industriel ou commercial ou toutes autres activités d'intérêt général.

Ces sociétés exercent leurs activités exclusivement pour le compte de leurs actionnaires et sur le territoire des collectivités territoriales et des groupements de collectivités territoriales qui en sont membres.

Les sociétés publiques locales instituées par la loi n° 2010-559 du 28 mai 2010 et les sociétés publiques locales d'aménagement sont des sociétés anonymes dont le capital est détenu en totalité par des collectivités territoriales ou leurs groupements. Elles constituent des outils juridiques qui permettent aux collectivités territoriales et à leurs groupements de contracter directement, sans publicité ni mise en concurrence, sous réserve que ces sociétés soient bien en situation de prestataire « intégré ». Les deux critères jurisprudentiels de la quasi-régie doivent être remplis tout au long de la vie des contrats concernés.

▪ Les Établissements Publics Industriels et Commerciaux (EPIC)

Les établissements publics industriels et commerciaux (ci-après EPIC) constituent, avec les sociétés commerciales dont plus de la moitié du capital appartient à des entités du secteur public, les deux grandes catégories d'entreprises publiques.

Les EPIC constituent d'abord des établissements publics, c'est-à-dire des personnes morales de droit public à vocation spéciale créées par une autre personne publique, en principe, l'État (établissement public national) ou une collectivité locale (établissement public local).

Le caractère industriel et commercial peut résulter de leur texte institutif. Cette qualification ne s'impose toutefois que s'il s'agit d'une loi. Les requalifications sont au contraire possibles en présence d'une qualification résultant d'un décret. De plus, il arrive fréquemment qu'un établissement public gère plusieurs services de nature différente. Dans ce cas, le juge ne s'attache pas à la qualification de l'établissement, pour déterminer le régime applicable, mais à la nature du service géré. Le caractère global, administratif ou industriel et commercial de l'établissement, qui est à prendre en considération pour l'application de certains textes, est déterminé à partir de l'activité principale.

Conformément à la jurisprudence du Conseil d'État (Ass. 16 novembre 1956, Union syndicale des industries aéronautiques, n° 26549, au rec. p. 434), le caractère industriel et commercial sera retenu seulement si l'objet est assimilable à celui d'une entreprise privée, si le financement est principalement tiré de l'activité en cause et si ses modalités d'organisation et de fonctionnement se distinguent de celles de l'administration.

Par nature, l'EPIC a vocation à prendre en charge une activité assimilable à celle d'une entreprise privée, donc à assurer une activité économique. Le recours à l'EPIC par l'État ou une collectivité territoriale lui permet de prendre en charge une activité économique sans en assurer directement la gestion. L'EPIC peut recevoir selon les cas, soit une activité entièrement nouvelle, soit une activité qui était jusqu'alors exercée en régie directe. Il s'agit dans ce second cas d'une externalisation de cette mission.

L'EPIC présente certains avantages par rapport au recours à une société anonyme, liés aux prérogatives des personnes publiques dont disposent ces établissements. En effet, les biens des EPIC sont insaisissables (s'appliquent à eux les procédures d'exécution prévues à l'article 1er de la loi n° 80-539 du 16 juillet 1980) ; ils peuvent posséder un domaine public et procéder à des expropriations ; ils peuvent également bénéficier de la prescription quadriennale ; ils peuvent émettre des titres exécutoires et enfin, les procédures de redressement et de liquidation judiciaire leur sont inapplicables.

Cependant, le statut de l'EPIC présente aussi d'importantes contraintes. Si les EPIC sont soumis à des règles de fonctionnement proches de celles qui s'imposent aux personnes privées, leur régime juridique est souvent complexe du fait de la combinaison d'éléments de droit public et de droit privé. Leurs personnels, à l'exception du chef de l'établissement et de l'agent comptable, sont soumis au droit du travail mais avec des éléments relevant du droit public. Ils demeurent également soumis à des règles spécifiques telles que l'interdiction de recourir à des clauses compromissaires, sauf autorisation par décret (art. 2060 du code civil), le droit de la commande publique ou le principe de spécialité.

333 – Les autres formes de structures juridiques

- **Les sociétés d'économie mixte**

Il existe 3 formes de société d'économie mixte :

- la SAEM qui a un objet industriel et commercial ;
- la SEML (société d'économie mixte locale) dont l'activité est circonscrite à un territoire donné ;
- la SIEM (société immobilière d'économie mixte) qui a une activité immobilière.

La société anonyme d'économie mixte (SAEM) est une forme particulière de société anonyme dont plus de la moitié du capital social est détenue par l'État ou une collectivité locale.

Comme pour toute société d'économie mixte, une personne morale de droit public détient obligatoirement entre 51 % et 85 % du capital.

Le reste du capital (minimum 15 %) doit être détenu par un groupement d'actionnaires privés. Il peut s'agir d'autres sociétés commerciales (SA, SARL, SAS par exemple).

Le principe d'une SAEM est de réunir les valeurs du public et les valeurs du privé. Il s'agit de créer une société publique qui dispose de la forme juridique d'une société privée. Cela permet de donner les moyens aux collectivités locales d'agir sans la lourdeur des sociétés publiques.

Une SAEM ne peut intervenir que dans des activités qui entrent dans le champ de compétences de la collectivité locale qui la détient. Cependant, son territoire d'action peut être plus large que celui de la collectivité locale actionnaire.

Une SAEM prend la forme juridique d'une société anonyme (SA) et doit en respecter les contraintes imposées par le Code du commerce. Même si elle est détenue par une personne publique, une SAEM est une société commerciale privée, soumise notamment au Code du travail.

Une SAEM est contrôlée par la collectivité locale qui en est actionnaire.

De même, le rapport annuel de la SAEM est transmis à la collectivité locale concernée.

34 – DÉFINITION D'UN PLAN D' ACTIONS COMMERCIAL (PAC)

341 – La stratégie commerciale

L'objectif stratégique de l'établissement est de développer ses activités et d'augmenter son chiffre d'affaires, en mettant en œuvre des politiques commerciales très agressives sur chacun des segments de marché identifiés.

L'analyse commerciale a montré que la part de clients était insuffisante sur l'ensemble des marchés et qu'il existe une marge de progression importante en termes de chiffre d'affaires.

La stratégie commerciale est donc d'augmenter le nombre de clients sur tous les segments et intensifier les ventes, avec des objectifs de prospection et de fidélisation, mettant particulièrement en œuvre les outils du numérique comme le font la plupart des prestataires de services privés qui gèrent des hôtels-restaurants ou des gîtes, notamment de groupes.

342 – Les objectifs de conquêtes et de fidélisation

La stratégie est double :

- conquête sur l'ensemble des marchés : + 30% de nouveaux clients ;
- intensification des efforts commerciaux sur les clients existants et démarche de fidélisation : +20% d'augmentation du chiffre d'affaires sur cette cible.

343 – Les actions de commercialisation

Les actions commerciales, hors communication digitale (développée ultérieurement par l'agence Numéria Communication) :

- Constitution d'un fichier prospects/clients pour l'envoi de messages individualisés (courrier, mail, sms, outils du numérique) ;
- Mise en place d'une action de phoning (prospection par téléphone) ;
- Augmentation du nombre de visites de prospection auprès des cibles ainsi que des relais et prescripteurs ;
- Participation à des salons ;
- Organisation d'événements tels que des eductours, permettant de faire visiter la structure aux prospects ainsi qu'aux relais et prescripteurs.

Les moyens et outils :

- Embauche d'un.e commercial.e ;
- Mise à jour des outils de communication offline et online (plaquettes, site internet, réseaux sociaux...).

Les indicateurs de suivi :

- Pourcentage d'augmentation du nombre de visites réalisées chez les prospects ;
 - Nombre de leads et taux de conversion pour les différentes actions ;
- Taux de nouveaux clients.

- PARTIE 4 - CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

1/ Synthèse et rappel de situation

Les principaux éléments des contrats

La SPL Là-Ô!, créée en 2011, a conclu le 1^{er} juillet 2011 un contrat de DSP sous forme d'affermage pour la gestion et l'exploitation du village vacances Là-Ô! pour une durée de 12 ans.

Cette même SPL a conclu un contrat de DSP sous forme d'affermage pour la gestion et l'exploitation de l'équipement d'hébergement et de restauration touristique du Col du Béal le 1^{er} juillet 2013, pour une durée de 12 ans.

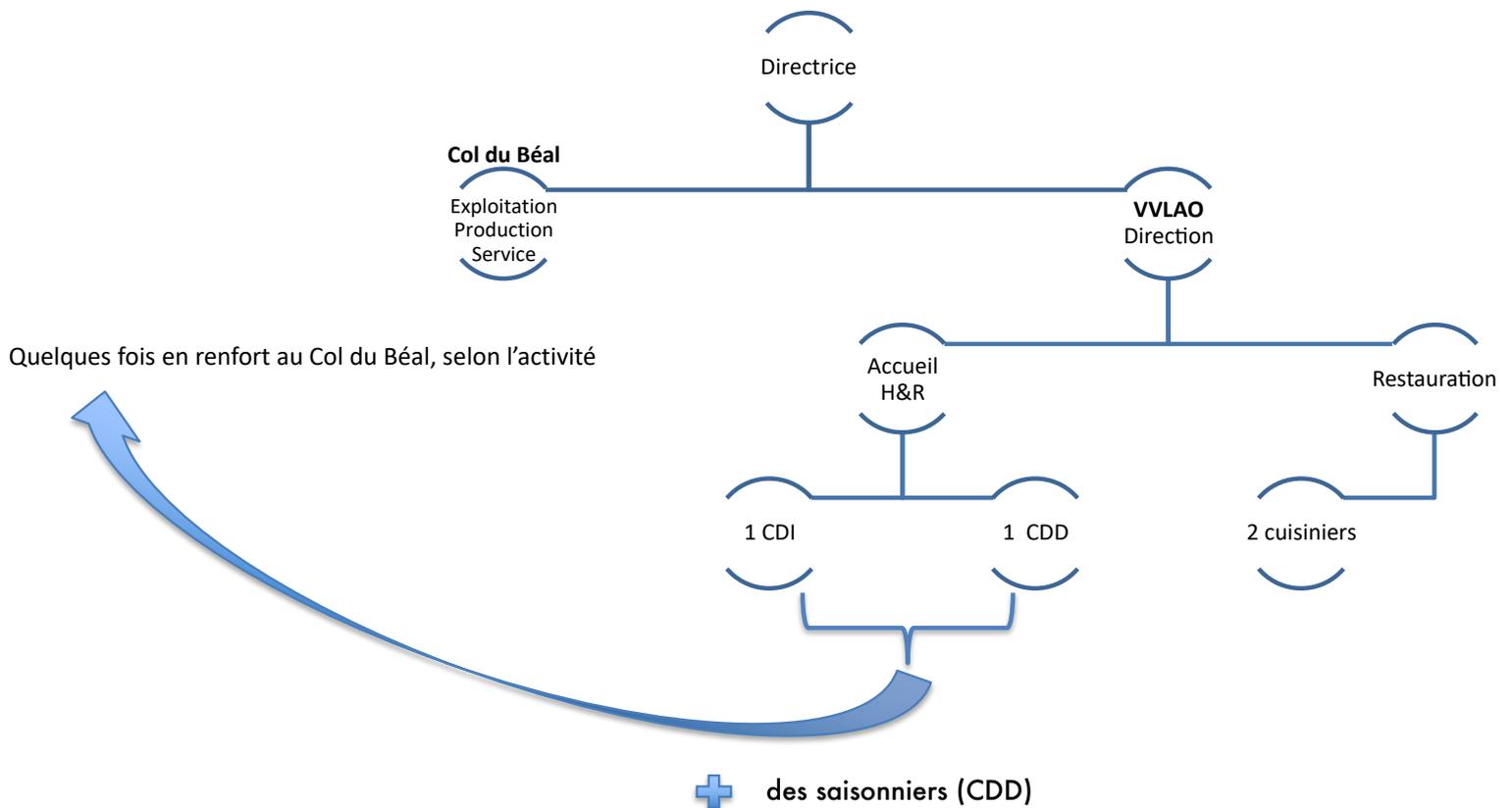
La SPL a ainsi conclu deux contrats avec chacun des obligations pour deux exploitations différentes mais avec le même commanditaire : Ambert-Livradois Forez.

Ainsi, il existe une certaine confusion, du fait que Monsieur Daurat est à la fois Président de la Communauté de communes Ambert Livradois Forez et de la SPL.



La structure du personnel - une équipe opérationnelle multi-sites

- 1 directrice à 40% au VVLAO et à 60% au Col du Béal
- 4 salariés à temps plein :
 - 2 cuisiniers au VVLAO
 - 1 CDI au VVLAO - accueil, ménage et services (quelques fois en renfort au Col du Béal, selon l'activité)
 - 1 CDD au VVLAO - accueil, ménage et services (quelques fois en renfort au Col du Béal, selon l'activité)
- des saisonniers (CDD) viennent en complément lors de l'arrivée de groupes importants mais aussi selon l'activité au Col du Béal, notamment en périodes de vacances scolaires (été/hiver).



Les problématiques financières et de ressources humaines

Le VVLAO est loin d'avoir trouvé sa rentabilité et l'exploitation actuelle ne permet que de faire face au petit équilibre d'exploitation. La principale contrainte est liée à la mission, inscrite dans les statuts de la SPL, de délivrer une prestation de restauration à caractère de service à la population, soit la cantine et le portage des repas. Cela implique une ouverture en continue, toute l'année, y compris lors des périodes touristiques creuses. Or, cette activité qui devait être secondaire est aujourd'hui devenue principale.

Par ailleurs, le fonctionnement actuel connaît une ambiguïté du fait que la directrice de l'établissement a une double mission, avec l'exploitation de l'Auberge du Col du Béal. Le VVLAO s'en trouve sous-géré et non commercialisé.

Le chiffre d'affaires d'ensemble est très insuffisant pour honorer les charges de structure (loyer / affermage) malgré une équipe réduite au maximum.

Étant donné que la fin du contrat passé entre la SPL et la Communauté de communes (entités juridiques différentes) est fixé en 2023, des orientations à court-terme et des orientations à moyen-terme sont suggérées.

2/ Orientations et recommandations

21/ A court terme

- **Commercialisation de l'équipement**

Ces orientations se focalisent sur les actions commerciales et de communication à mener.

Tout d'abord, le nom de la structure doit évoluer. En effet, la dénomination « village de vacances » ne traduit qu'un volet de l'activité et qu'un segment de marché, à savoir la clientèle familiale d'été. A noter que ce type de structure ne fonctionne et n'ouvre que lors de la période estivale. Or, la structure au Brugeron offre une vraie polyvalence et permet d'accueillir différents types de clientèles potentielles tout au long de l'année. Par ailleurs, le nom « Là Ô » est restrictif, trop lié à une localisation et non à un concept ou un positionnement marketing, qu'il convient de modifier. Il serait par exemple intéressant d'avoir les termes suivants : « Hautes Chaume » ; « Forez »...

Par ailleurs, des investissements doivent être réalisés pour définir et mettre en œuvre les actions de communication offline et online. Pour ce faire, une réorganisation interne est nécessaire, avec une nouvelle répartition des tâches. En effet, il sera important qu'une personne de la structure gère et suive les aspects commerciaux et de communication, afin de mener des actions conjointes avec l'ensemble des relais potentiels et partie-prenantes – dont le Parc Naturel Régional Livradois Forez.

En outre, des investissements sont nécessaires pour remettre les équipements à niveau, à savoir l'équipement des chambres (TV), la cuisine (50 k €) et l'espace aquatique, essentiellement le SPA (150 à 500 k €). Il serait également important de signer des contrats d'entretien.

Au niveau du bâtiment Nord (anciennement colonie de vacances), il serait intéressant d'aménager la salle au rez-de-chaussée, avec une cuisine équipée, pour rendre le bâtiment autonome, en exploitation de gîte de groupe.

▪ **Dénonciation du contrat**

A la fin du contrat, en 2023, il sera essentiel de se libérer des obligations contractuelles, liées aux activités de cantine scolaire et de portage de repas à la maison de retraite et à la maison de l'enfance. ALF devra ainsi rechercher des solutions de remplacement.

Il sera ainsi possible de rythmer et d'organiser l'exploitation sur la saisonnalité, avec une large fermeture annuelle, entre novembre et mars, excepté pendant les fêtes de fin d'années, ainsi qu'aux contrats passés avec les groupes, que ce soit pour le marché professionnel (réunions ou séminaires), le marché de groupes sportifs et/ou de loisirs ainsi que de l'événementiel familial.

D'un point de vue juridique, la dénonciation du contrat par l'une des deux parties (le délégant ou le délégataire) ou bien d'un commun accord pourra s'effectuer.

▪ **Prospection d'un opérateur privé**

Bien avant le terme du contrat, il est pertinent de rechercher un exploitant privé, soit au travers d'un AO passant par un contrat de DSP, soit au travers d'une démarche de prospection. Dans le cas où un exploitant privé est trouvé, différents modes de gestion sont envisageables :

- Contrat de mandat de gestion ou Délégation de Service Public / affermage
- Bail ou crédit-bail

22/ A moyen terme... si carence du privé – nouveau contrat avec la SPL / Brugeron

Si aucun exploitant privé n'est trouvé, il est alors envisageable de conclure un nouveau contrat entre la SPL et la Communauté de communes, tout en modifiant les différents éléments du contrat (objet et missions, redevances...).

A moins que l'EPIC Ambert Livradois Forez exploite directement la structure en régie.

Concernant les ressources humaines, il convient de bénéficier d'une grande souplesse et adaptabilité, avec une équipe construite autour d'un(e) responsable commercial(e) ou de faire appel à des traiteurs pour la partie restauration et d'externaliser des services via la sous-traitance.

Une commercialisation conjointe avec le PNR Livradois Forez, selon le marketing-mix préalablement définie, avec les différents couples produits/marchés, sera essentielle.