



PAGE 2
Partenariat Adwords

PAGE 3
Contenu et référencement

PAGES 4 et 5
**Le tourisme en Région
Auvergne-Rhône-Alpes**

PAGE 6
La filière vélo

PAGE 7
Gîtes de France Allier

PAGES 8 et 9
Un « routard » Bourbon

PAGES 10 et 11
**Dossier « L'entreprise »
CNCS**

PAGE 12
Actualités

Auvergne-Rhône-Alpes, deuxième région touristique de France ! La nouvelle organisation régionale se met progressivement en place. Pilier du tourisme en Auvergne, l'Allier doit maintenant s'impliquer et faire entendre sa voix au sein de cette nouvelle grande région européenne.

Pour y parvenir notre département peut compter sur des atouts majeurs : Vichy station de renommée internationale, Le PAL, les expositions du CNCS mais aussi le MuPoP, Paléopolis, les musées du Conseil départemental et bien d'autres. Nous disposons d'un tissu extrêmement dense de richesses touristiques réparties sur l'ensemble du territoire : nos hébergements, nos espaces naturels, notre terroir, notre patrimoine naturel et culturel, notre sens de l'accueil. Tout cela contribue à l'agrément et à la satisfaction de ce touriste si courtois. Valorisons-le !

Il faut en conséquence continuer de promouvoir « un Allier » unique, multiple, à la fois bourbonnais, auvergnat et rhône-alpin, mais surtout attractif et compétitif. Les objectifs restent les mêmes : augmenter la fréquentation, fidéliser les clientèles dans une logique de séjours, trouver de nouveaux segments de marchés, générer du chiffre d'affaires et des emplois.

Pour cela, face à une concurrence toujours plus forte, il nous faut collectivement améliorer sans cesse notre savoir-faire, offrir une écoute et un soin plus attentifs aux touristes, mais également partager, échanger et construire avec les professionnels du tourisme. Tous ces efforts, toutes ces initiatives donnent au tourisme départemental sa force et sa place légitime dans la grande région.

On n'oubliera pas de souffler cette année, avec admiration et affection, les 10 bougies du jeune « CNCS ». Ses scintillants costumes nous plaisent à penser que Molière, Shakespeare et Noureev sont désormais des « habitués » de l'Allier.

Je souhaite voir l'ensemble des prestataires touristiques du département nous apporter leur soutien et je remercie tous ceux, nombreux, qui l'ont déjà fait. Ce 22^e numéro d'Allier Tourisme Infos présente les principales actions du CDT ainsi que nombre d'initiatives de nos partenaires.

Toute l'équipe du CDT se joint à moi pour vous souhaiter une excellente saison estivale. ■

Bernard COULON
*Vice-président du Conseil
départemental de l'Allier
Président du CDT*

édito

Campagne de communication Adwords

16 partenaires avec le CDT

Pour la 4^e année consécutive, le CDT a lancé au printemps une campagne publicitaire sur Google Adwords. Seize partenaires se sont joints financièrement au CDT qui propose cette année à ceux qui le souhaitent un compte Adwords propre à leur structure. Parmi les 16 partenaires, le CNCS, les offices de tourisme de Montluçon, de Moulins et de Gannat, le Château d'Ygrande et la station de la Loge des Gardes ont retenu cette option qui offre à chacun un accès direct

« C'est la somme des campagnes spécifiques à chaque partenaire qui donne à l'ensemble sa dimension départementale. »

à l'interface d'Adwords. Le partenaire peut alors consulter les statistiques de ses campagnes en temps réel, créer ses rapports et bilans ou s'initier à l'outil avec l'appui du CDT voire même gérer lui-même sa campagne.

La somme des intérêts particuliers...

Par rapport aux stratégies de communication traditionnelles, à savoir le traitement du territoire comme

une marque, cette opération est particulièrement innovante : c'est la somme des campagnes spécifiques à chaque partenaire qui donne à l'ensemble sa dimension départementale. Chaque partenaire fait la promotion de son entreprise : un hébergement, une manifestation, un musée, un parc de loisirs, etc. tandis que le CDT met en avant des thèmes plus génériques :

week-end bien-être, citybreak, séjour en camping-car, vacances en famille, etc. Et cela fonctionne !

Les partenaires sont en effet généralement plus enclins à investir dans une opération de promotion qui ne concerne strictement que leur structure qu'à participer à des campagnes de promotion territoriale autour d'un concept fédérateur.

Avec ses nombreux partenaires, les résultats de recherches sur Internet d'informations touristiques sur l'Auvergne sont marqués par une

L'Allier monopolise le haut de page



présence soutenue des sites touristiques de l'Allier. C'est tout le département qui en profite.

Contact : Luc-Olivier PIERRE
04 70 46 81 55
luco.pierre@allier-tourisme.net

Allier Summer Tour saison 6

Le CDT Allier reconduit son opération de promotion « L'Allier Summer Tour » dont le principal objectif est d'inciter la clientèle de proximité à « consommer » les sites touristiques de l'Allier durant l'été.

Cette année, 55 000 chéquiers regroupant 29 réductions, valables du 1^{er} juin au 31 août, seront distribués dans l'Allier et les départements limitrophes lors de 25 manifestations ou interventions en restaurants d'entreprises. En parallèle, un dispositif de communication online et offline sera mis en place : e-mailing, campagne Google Adwords, jeu-concours Facebook impliquant les utilisateurs du chéquier, affiches en mairie et dans les écoles, etc.

Contact : Virginie HERMANT – 04 70 46 89 03
v.hermant@allier-tourisme.net



Léa Grau, nouvelle arrivée au CDT

Native de Moulins, Léa GRAU a intégré l'équipe du CDT depuis le 15 mars dernier en tant que chargée de la mise en marché et d'Open System en remplacement d'Arlène BERNARD partie vers d'autres horizons. Diplômée d'un Master marketing et communication, elle a acquis des expériences variées en tant qu'assistante de communication et assistante logistique dans diverses

entreprises. Bienvenue à Léa et bonne continuation à Arlène !



Contact : Léa GRAU - 04 70 46 81 64
l.grau@allier-tourisme.net

Moulins fait son show !

Equipé de tout ce dont touristes et locaux peuvent avoir besoin, l'office de tourisme de Moulins et sa région innove avec son nouveau site Internet, Adaptation aux usages mobiles et tablettes, réservation en ligne (billetterie, hébergements...), espaces dédiés (groupes, pros, congrès...), commande de brochures ou encore blog sont au programme de cette nouvelle version, développée par l'agence auvergnate IRIS Interactive. Côté offres touristiques, le site s'appuie sur le Système départemental d'informations touristiques.



Un site responsive design

Informations : www.moulins-tourisme.com

CONSEILS PROS...



Contenu et référencement

Google My Business

Google search, Google maps, Google+, Android... Google est partout. Qu'on le veuille ou non, qu'on l'apprécie ou pas, il est aujourd'hui indispensable d'être présent sur ces différents outils. Google My Business représente la porte d'entrée vers ces services : il permet de gérer en un seul endroit toutes les informations d'une offre. Google pourra alors les proposer aux internautes quel que soit l'outil qu'ils utilisent. Pour y parvenir rien de plus simple : se rendre sur business.google.com.

Il faut au préalable avoir un compte Google, à ne pas confondre avec une adresse Gmail. Un compte Google peut très bien être créé avec une autre adresse (@hotmail.fr, @yahoo.com...). Google My Business permet alors de créer une fiche ou d'en récupérer la gestion si elle existe déjà. Dans ce dernier cas, il faut cliquer sur « Revendiquer cette fiche » ou « Je suis le propriétaire de cet établissement ». Google My Business pourra soit appeler directement par téléphone, soit envoyer un courrier aux coordonnées indiquées sur la fiche existante. Google My Business permet ensuite de modifier toutes les informations que Google peut proposer : tarifs, horaires d'ouverture, site web, coordonnées, photos, avis des internautes... que ces derniers effectuent une recherche sur un PC ou sur un téléphone, y compris sur Google Maps ! Ce service est gratuit et... presque indispensable : quelques minutes à passer pourraient changer la visibilité d'une offre sur Internet.

Informations : www.business.google.com

Facebook Services

Ce n'est plus un secret : Facebook souhaite concurrencer Google et notamment conquérir une part du gâteau de la

recherche en ligne. Pour y parvenir, Facebook a créé Facebook Services : l'équivalent de Google My Business. Même s'il est beaucoup moins utilisé que son grand frère, avoir une fiche pour un établissement sur Facebook Services (gratuit) offre une visibilité accrue sur le réseau social et ses différents outils. Comme le service n'est pour l'heure que peu utilisé, créer une offre sur Facebook Services pourrait la faire apparaître en tête des toutes premières offres de l'Allier ! Avec 30 millions d'utilisateurs en France, il serait dommage de s'en passer !

Informations : www.facebook.com/services

Plus de contenu sur votre site

Pour pouvoir afficher, sur un site Internet, les restaurants, activités, manifestations ou hébergements de l'Allier à proximité d'un quelconque établissement, il est désormais possible de se servir du site allier-tourisme.com.

En utilisant les pages de moteurs de recherche (ex : « tous les restaurants », « tous les hébergements »...), et après avoir effectué la recherche adaptée (ex : « restaurants à 20 km de mon gîte »), il suffit de copier/coller l'adresse de la page en cours dans la barre d'adresse de votre navigateur web.

Cette adresse peut être intégrée comme un simple lien sur un site web, ou plus visuellement dans le contenu du site concerné ; dans ce cas il faudra intégrer une « iframe », c'est-à-dire une ligne de code HTML à copier/coller dans l'espace d'administration du site souhaité.

La page intégrée sera alors visuellement allégée des menus, pieds de page... du site Allier Tourisme et n'affichera plus que l'essentiel : la liste des offres qui ont été recherchées au départ.

Informations : iframe.allier-tourisme.com

Contact : Pierre GRANGER - 04 70 46 89 06
webmaster@allier-tourisme.net

Deuxième région touristique de France, il s'agit aujourd'hui pour la région de bâtir une stratégie de développement commune, un modèle de performance touristique à même de faire progresser le PIB généré par le tourisme. Le Conseil régional, chef de file du développement économique, s'engage pleinement au côté de tous les acteurs du tourisme à aborder avec ambition et efficacité cette étape collective. Panorama chiffré et rencontre avec Nicolas Daragon, vice-président du Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes, délégué au tourisme et au thermalisme, et tout récemment élu président des CRT Auvergne et Rhône-Alpes.

Nicolas Daragon, nouvel homme fort du tourisme en Auvergne-Rhône-Alpes

Le 15 mars, Nicolas Daragon, vice-président du Conseil régional Auvergne Rhône-Alpes, délégué au tourisme et au thermalisme, a été élu président

délégué du CRDT Auvergne. Le 29 avril dernier, le conseil d'administration de Rhône-Alpes Tourisme l'a également élu président de Rhône-Alpes Tourisme. Les deux structures sont en cours de fusion. 44 ans, diplômé d'un DEA de droit public et de HEC Paris, Nicolas Daragon est également maire de Valence. Au fait des réalités de l'économie touristique, il a enseigné à l'IUP Loisirs Environnement Sports Tourisme, occupé le poste de directeur d'un Village Vacances puis celui de l'office de tourisme de Valence. Tout en réaffirmant sa confiance

dans la direction et les équipes du CRT, le président du nouveau conseil d'administration a évoqué sa volonté de redéfinir l'action du CRT sur trois axes principaux : une stratégie marketing partagée le plus largement, un travail poussé sur la commercialisation via Internet pour une relation plus directe avec le client final et une politique renforcée de conquête des marchés étrangers.

L'année 2016 sera justement consacrée à la construction de cette stratégie et à la fusion des deux CRT Auvergne et Rhône-Alpes. Celle-ci devrait être effective en janvier 2017. Nicolas Daragon entend s'appuyer sur les forces vives du territoire (Savoie Mont-Blanc, Only Lyon, les OT et CDT) et les équipes des CRT pour réussir à faire progresser le PIB généré par le tourisme dans notre grande région.

Visite dans l'Allier

Lors d'un tour des départements le 24 février dernier, Nicolas Daragon est venu rencontrer Bernard Coulon, vice-président du Tourisme et du Thermalisme et président du CDT Allier pour échanger sur leurs stratégies respectives. Il a profité de cette journée dans l'Allier pour visiter certains sites touristiques. Il a tout d'abord souhaité visiter Le PAL en compagnie d'Arnaud Bennet, directeur général du 1^{er} parc de loisirs de la région Auvergne Rhône-Alpes, puis s'est rendu au CNCS avant de terminer son périple à Vichy où il a été accueilli par les acteurs locaux du tourisme.

Vers un modèle de performance touristique régionale

Le tourisme est en France le premier secteur économique au regard de la balance des paiements et du volume des investissements. Véritable locomotive économique, il pèse près de 7,5 % du

PIB français et représente environ deux millions d'emplois directs ou indirects non délocalisables. Son potentiel reste en outre important : aujourd'hui au nombre de un milliard, les touristes seront deux milliards dans vingt ans...

L'évolution du contexte institutionnel national avec la loi NOTRE et la loi MAPAM (modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles) ouvre de nouvelles perspectives pour les régions. Celles-ci doivent s'en saisir et se poser comme des acteurs-clés du tourisme pour se démarquer et innover.

Auvergne-Rhône-Alpes est la deuxième région touristique de la première destination touristique mondiale ! Le tourisme est à l'évidence l'un des secteurs qui contribue fortement au développement économique et à l'aménagement du territoire de notre région et peut donc, légitimement, répondre à ces enjeux. Il s'agit donc de générer de la performance touristique à même de créer des emplois et de la valeur ajoutée.

La proposition consiste à s'appuyer sur un principe de croissance qui se déclinerait de la manière suivante :



Beaujolais...

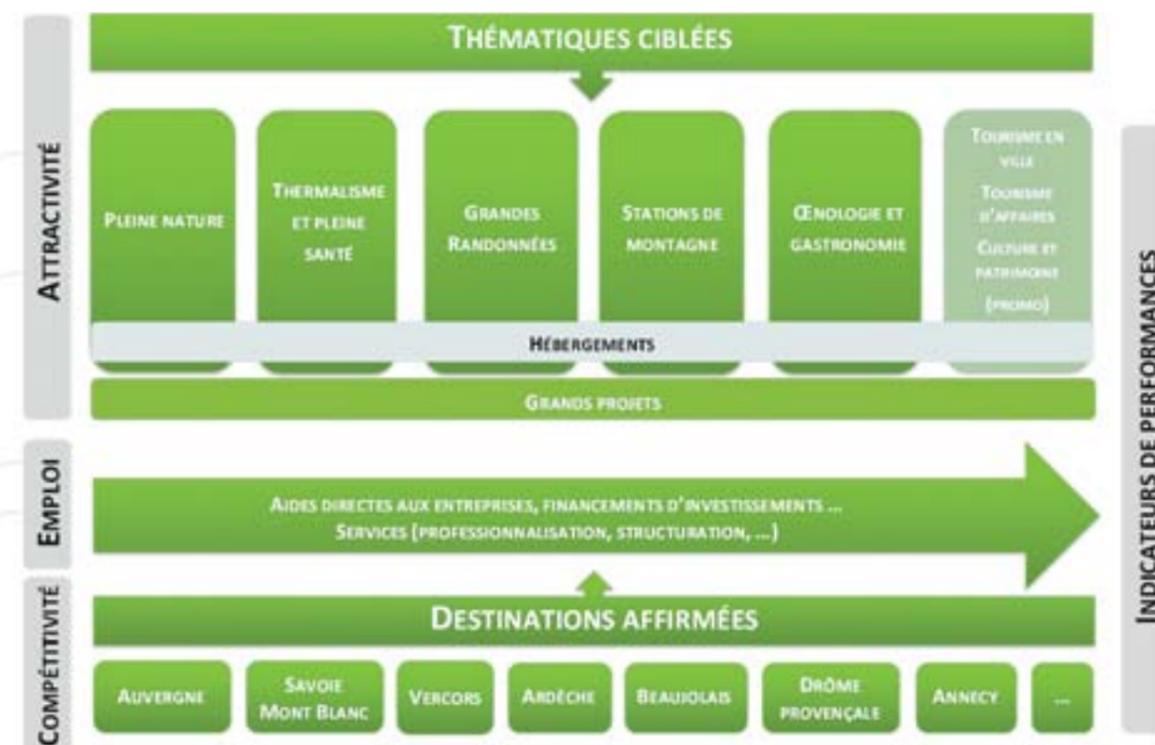
Pour mettre en œuvre cette politique, la région s'appuiera :

- sur des aides directes aux entreprises afin de favoriser la création d'emplois et de valeur ajoutée : des dispositifs régionaux simples, lisibles, évaluables (subventions, avances remboursables, fonds de garanties)... La région accompagnera les entrepreneurs à tous les stades d'avancement de leurs projets (idée, concept, projet, réalisation), puis de professionnalisation (qualification, adaptation, montée en compétence, mise en marché),
 - une plateforme stratégique au service des destinations : mutualisation de moyens et de services en termes de promotion et formations, d'observation et de systèmes d'information...
- Tout l'enjeu est donc de faire d'Auvergne-Rhône-Alpes le modèle de la performance touristique.

CHIFFRES CLÉS

- 2^e région touristique française
- 20 milliards d'euros de consommation touristique (soit 9% du PIB)
- 138 000 emplois directs
- 1,5 milliard d'euros d'investissements
- 180 millions de nuitées dont 56 millions marchandes (1^{ère} région française)
- 3,2 millions de lits touristiques (961 000 lits marchands : 1^{er} rang national)
- 11 ADT/CDT, 368 offices de tourisme
- 1^{ère} région en termes d'équipement dédiés à la pleine nature (7 600 établissements, 11 parcs naturels & 16 sentiers de grande randonnée)
- 1^{ère} région de montagne de France
- 3^e région thermale de France (24 stations thermales & 123 900 curistes médicalisés).

Modèle stratégique de développement touristique régional



Le CDT poursuit son implication dans la filière cyclotourisme

Depuis plusieurs années, le CDT a fait du cyclotourisme l'un de ses axes de développement et de promotion prioritaires : édition de cycloguides, présence régulière aux Semaines fédérales de cyclotourisme, accompagnement de la candidature à celle de Saint-Pourçain-sur-Sioule, actions de marketing direct auprès des clubs, reportages dans la presse spécialisée, création d'un espace dédié au vélo sur son site Internet, qualification des hébergements... des efforts récompensés par une seconde place acquise par l'Allier l'an passé au Trophée national des destinations vélo.

Dans le même temps, le Conseil départemental de l'Allier achève l'aménagement et le balisage de près de 1 500 km de parcours cyclables : 5 véloroutes nationales, 2 voies vertes et 20 boucles de cyclotourisme. Pour valoriser ces itinéraires, le CDT a souhaité mettre en place des outils de promotion adaptés aux attentes des cyclotouristes.

La carte L'Allier à vélo



Le CDT vient d'éditionner une carte L'Allier à vélo en partenariat avec le Conseil départemental de l'Allier, le Comité départemental de cyclotourisme et le Comité d'organisation de la Semaine fédérale 2014.

L'objectif de ce document d'appel est de mettre en avant les atouts du département pour la pratique du cyclotourisme : importance du réseau de circuits balisés, circuits tous niveaux (de 6 km à plus de 140 km), variété des reliefs et des paysages, richesse du patrimoine visible sur les parcours. Outre une cartographie complète des itinéraires, on y retrouve les caractéristiques techniques des parcours en boucles, des grands itinéraires et des voies vertes, ainsi que les descriptifs et les visuels des principaux secteurs de vélo. Édité à 15 000 exemplaires, la carte est diffusée par le CDT et les offices de tourisme du territoire.

Des fiches circuits disponibles sur velo.allier-tourisme.com
En complément de la carte d'ensemble, des fiches pratiques ont été réalisées pour chaque parcours, soit près d'une trentaine au total. Elles contiennent notamment une carte précise du circuit, un descriptif directionnel et touristique étape par étape, un profil altimétrique pour localiser les difficultés ou encore une liste des principaux points d'intérêts sur le parcours. L'internaute a la possibilité d'imprimer la fiche et de télécharger le fichier au format GPS.

Les fiches sont disponibles sur l'espace « vélo » du site internet du CDT, velo.allier-tourisme.com. Elles viennent enrichir ce site au contenu déjà fourni avec plus de 20 pages dédiées au tourisme à vélo : description des secteurs de pratique, sélection d'hébergements adaptés, loueurs de vélos, bases VTT, évènements vélo, ...

Les circuits sont également disponibles sur l'application mobile Auvergne vélo et très prochainement sur www.veloenfrance.fr

Contact : Alexis GAMOND - 04 70 46 81 57 - a.gamond@allier-tourisme.net

« Un vélo à la campagne », un loueur de vélo tourisme

Depuis l'été dernier un nouveau loueur de vélo s'est installé à Louroux-de-Bouble. La société « Un vélo à la campagne » propose la location de VTT ou VTC classiques et électriques, de vélos enfants et d'accessoires utiles (sièges bébé, paniers, sacs...). Outre la location, le prestataire propose des circuits de difficulté variable autour de Louroux-de-Bouble pour découvrir les principaux sites d'intérêt de la région.

Implanté à la gare de Louroux, « Un vélo à la campagne » a tout naturellement mis en place une formule « train + circuit vélo » depuis les gares de Clermont-Ferrand, Riom, Gannat, Commeny et Montluçon.

Informations : Un vélo à la campagne
04 70 32 72 26
www.unveloalacampagne.fr



Gîtes de l'Allier, nouvelle stratégie de commercialisation

Fort d'un constat commun, le CDT Allier et l'Association départementale des Gîtes de France avaient conjointement décidé en 2014 que la commercialisation des meublés auparavant confiée au CDT serait reprise par l'association. Sous l'impulsion du président Yves Simon et de la directrice Régine Batillat, une organisation commerciale originale, pragmatique et efficace a été mise en place.



Régine Batillat (en vert) et son équipe

« Gérer nous-mêmes la commercialisation en direct permet d'avoir une vision complète de la chaîne de production : de la labellisation à la vente. Nous pouvons mieux adapter nos produits à la demande et être plus réactifs notamment pour mettre en place des opérations de marketing. » explique Régine Batillat.

Comme une agence de location saisonnière...

Un montage en plusieurs étapes a été nécessaire : création d'une société, une SAS, puis acquisition d'une carte de gestion immobilière qui permet de commercialiser des hébergements conformément à la loi Hoguet. Pour la gestion des réservations, le président Simon et Régine Batillat ont opté pour une solution originale de travail à domicile non salarié afin de limiter les frais de fonctionnement et donner plus de souplesse au management d'équipe.

Enfin, il a été décidé de l'installation d'une agence en centre-ville de Moulins pour une meilleure visibilité de la marque et pour une plus grande proximité avec les propriétaires/adhérents, les porteurs de projets et les clients.

Télétravail à domicile et agence à Moulins

Du lundi au samedi de 9h à 19h, l'agence reçoit à la fois les propriétaires/adhérents de Gîtes de France mais aussi des clients à la recherche d'un meublé dans l'Allier ou ailleurs. « Nous pourrons fin 2016 faire la réservation d'un gîte situé n'importe où en France avec rétrocession de commissions entre départements ». En parallèle, cinq conseillères à domicile gèrent les appels téléphoniques.

Une mission de conseils

Régine et son équipe accompagnent les adhérents/propriétaires tant au niveau du conseil (dossier de subventions,

business plan, aménagement & décoration, promotion) que par la mise à disposition d'un choix d'outils de commercialisation. Régine développe aussi des partenariats sous forme de réductions pour les adhérents/propriétaires avec des entreprises du bâtiment, avec La Redoute ou Hôtel Méga Store pour la décoration et avec des compagnies d'assurances. Régine s'attache à multiplier également les points de vente en ligne via l'intégration de widget de réservation comme récemment avec les organisateurs du festival Jazz dans le Bocage. En définitive l'objectif est de faire progresser le résultat. Le constat est plutôt encourageant puisque qu'à ce jour, les chiffres sont en progression par rapport à l'année précédente. ■

Contact : Régine BATILLAT, directrice, Gîtes de France Allier - 04 82 75 68 56
www.gites-de-france-allier.com

CONSEIL PRO...



High Hospitality Academy



La CCI propose un nouveau programme de formation : High Hospitality Academy (HHA). Dédié à tous les professionnels du tourisme (hôteliers, gestionnaires de camping, transporteurs, gestionnaires de site touristique, ...), HHA a pour objectif de les aider à améliorer la qualité d'accueil et de service, de renforcer leurs compétences, de fidéliser la clientèle et développer leur activité.

HHA propose une palette d'outils et de formations dont :

- un kit de 35 fiches pratiques (savoir accueillir en toute situation, connaître mes clientèles, renforcer la compétitivité de mon offre...),
- des formations spécifiquement tournées vers la culture de service, destinées à améliorer l'efficacité du management et la qualité de l'accueil et vers la pratique des langues étrangères.

Informations : Service Tourisme CCI Auvergne - 04 73 33 74 74 - tourisme@auvergne.cci.fr - www.auvergne.cci.fr

Un Guide du Routard sur le territoire Bourbon

Le Territoire Bourbon Pays de Moulins-Auvergne aura bientôt son Guide du Routard. Il sortira en juin 2017 dans la nouvelle collection des Éditions Hachette « Pays de France ».

Dans le cadre de son adhésion à l'Association Nationale des Pôles d'Équilibre Territoriaux Ruraux et des Pays (ANPP), le Territoire Bourbon Pays de Moulins - Auvergne a eu l'opportunité de répondre à un appel à projet intitulé « Guide du Routard des Pays de France », monté en partenariat entre les Éditions Hachette et l'ANPP. Sur 12 candidatures déposées en février 2016, seuls six lauréats, dont le Territoire Bourbon Pays de Moulins - Auvergne, ont été sélectionnés ; ils éditeront leur guide en 2017.

Une richesse indéniable

Le Pays regroupant les six intercommunalités du nord-est de l'Allier (soit 83 communes) a su mettre en avant la richesse historique, culturelle, naturelle et patrimoniale de son territoire tout en fédérant les acteurs et professionnels du tourisme engagés dans la démarche.

Lionel Arnault, administrateur du château de Chareil-Cintrat



Lionel Arnault est depuis le 1^{er} juillet 2015 l'administrateur du château de Chareil-Cintrat. Originaire du sud de la France, il a exercé de multiples métiers de la culture et du patrimoine. Il a été directeur-adjoint de l'accueil des publics du Louvre, administrateur-adjoint de la Cité de Carcassonne et de la forteresse de Salses et aujourd'hui, outre le château de Chareil, il assure l'administration du château d'Aulteribe, de Villeneuve-Lembron (Puy-de-Dôme) et du cloître du Puy-en-Velay.

Il souhaite donner au château de Chareil un plus grand rayonnement touristique notamment en s'appuyant sur des partenariats avec d'autres sites culturels de la région tout en capitalisant sur les atouts existants tel le Conservatoire des anciens cépages. ■

Contact :

Lionel ARNAULT – 04 73 53 14 20
lionel.arnault@monuments-nationaux.fr



Chargée du développement local, l'association a pour rôle d'assurer le pilotage, le suivi et la coordination de la conception du guide. Récemment, la feuille de route destinée au rédacteur du Guide du Routard a été définie. Celui-ci, sous couvert d'anonymat, devrait venir en septembre prochain faire le tour du territoire afin d'évaluer villes et villages, sites, hébergements, restaurants, etc. Tous ne seront pas cités. Seuls ceux privilégiant un bon rapport qualité-prix et un accueil répondant aux critères Guide du Routard pourront se voir intégrés dans la centaine de pages du guide du Pays.

Opération blanche et bénéfique pour le territoire

20 000 exemplaires seront publiés dont 15 000 principalement vendus dans l'aire touristique du Bourbonnais au prix de 4,90 € et 5 000 diffusés via le réseau Hachette.

Le coût de l'opération s'élève pour le Territoire à 51 900 € dont 24 000 € financés par un club de sponsors locaux. Il s'agit d'une opération blanche qui s'équilibrera quand l'intégralité des exemplaires aura été vendue.

Sur les Pays où des guides semblables ont été édités, la fréquentation de certains sites a parfois augmenté de près de 20 %. La sortie de ce guide devrait donc avoir un impact non négligeable sur l'économie locale et sur l'attractivité du territoire. ■

Contact : Territoire Bourbon Pays de Moulins - Auvergne
Cyrielle BALINEAU – 04 70 35 26 61
c.balineau@territoire-bourbon.fr

Nouveau binôme Tourisme & Handicap

Depuis 2003, le CDT anime la politique Tourisme & Handicap. En tant qu'évaluateur et coordinateur départemental de la démarche, il doit être accompagné d'une association compétente en matière de handicap. L'Association des Paralysés de France (APF) ne pouvant plus assurer ce rôle, Chloé Gorse, référente Tourisme et Handicap du CDT est accompagnée depuis le mois d'avril par Rachel Buisson, ergothérapeute depuis près de deux ans à l'IEM (Institut d'Éducation Motrice) « Thésée » de Saint-Pourçain-sur-Sioule. ■



Contact : Chloé GORSE
04 70 46 89 04
c.gorse@allier-tourisme.net

De nouveaux investissements aux thermes de Bourbon-l'Archambault

En progression constante depuis quatre ans (10 % / an), les thermes de Bourbon-l'Archambault ont attiré plus de 4 000 curistes en 2015, fruit d'importants investissements réalisés ces dernières années.



La Chaîne thermale du soleil, gestionnaire du site, ne compte pas s'arrêter là. Le gros projet, actuellement en chantier, devrait permettre à l'établissement spécialisé dans les affections rhumatismales et gynécologiques, de proposer des soins de phlébologie. Ce projet, qui avoisine le million d'euros, consiste à créer un couloir de marche à contre-courant dans un ancien bassin fermé depuis 2009.

Vingt-huit mètres linéaires de marche dans une vaste piscine de 70 cm de profondeur sont prévus. Ce projet pourrait être opérationnel avant la fin de la saison. Autre gros projet de l'établissement cette année : la construction de 24 mobil-homes ou chalets à proximité des thermes.

Informations : Thermes de Bourbon-l'Archambault
04 70 67 07 88 -www.chainethermale.fr

« Le Maréchal de La Palice, la Vérité... », le tout nouveau son & lumières de Lapalisse

Un nouveau spectacle son et lumière sera à l'affiche dans la cour du château de La Palice les deux derniers week-ends du mois de juillet. Cette nouvelle offre culturelle permettra de mettre en valeur le patrimoine et de dynamiser l'attractivité du territoire. Les spectateurs y découvriront la vie et l'étonnant parcours de Jacques II de Chabannes, Maréchal de France.

La Communauté de Communes « Pays de Lapalisse » a confié la mise en place de ce projet à l'office de tourisme aidé des services de la collectivité. Les équipes s'entoureront également d'une soixantaine de bénévoles.

La technique au service de l'art

La conception du spectacle est réalisée par « Eclipsonic », une société spécialisée dans la création de son et lumières. Elle gère les prestations artistiques (scénario, bande son, images, mise en scène des acteurs de figuration...) et techniques (sonorisation, mise en lumière du site, projections d'images géantes et pyrotechnie). La technologie utilisée est celle du mapping vidéo permettant de projeter de la lumière ou des vidéos sur des édifices. Grâce à l'utilisation simultanée de l'image, de la pyrotechnie,

de la lumière et du son, le spectacle sera de grande ampleur. Viendra s'ajouter une dimension « humaine » avec la présence d'une cinquantaine d'acteurs de figuration bénévoles.

Environ 900 spectateurs, de l'Allier et des départements limitrophes, sont attendus à chaque représentation le **22, 23, 24 & 29, 30, 31 juillet 2016**.

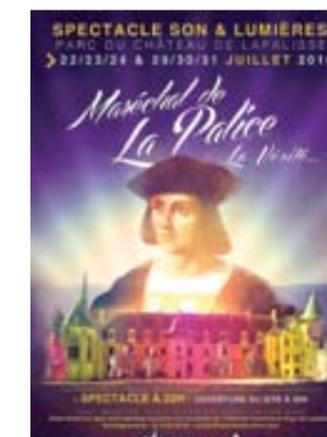
Une vaste communication

Afin de promouvoir au mieux cet événement, de nombreuses actions ont été mises en place :

- des partenariats et des contacts avec le CDO3, le CNCS, Le PAL et le CDT,
- la distribution sur 60 km autour de Lapalisse d'affiches, flyers, et affichage dans les abribus du Conseil départemental (zone Vichy & Moulins),
- l'installation d'une bache géante sur l'ancien moulin de Lapalisse et de kakémonos dans la ville,
- la création d'une page Facebook, d'un compte Twitter et d'une page dédiée au spectacle sur le site Internet de l'OT,
- la promotion des dates du spectacle et liens internet dans les signatures mails,
- la rédaction d'un article dans le guide touristique,
- le relais du spectacle sur de nombreux

sites Internet, notamment via la mise en place d'une billetterie en ligne (Open System),

- des relations presse, double page spéciale dans le magazine communautaire et municipal,
- un partenariat avec des médias locaux,
- des interventions pour présenter le spectacle auprès d'un cercle d'affaires de Vichy (environ 40 chefs d'entreprises) ou encore auprès des associations locales et de la population. ■



Contact : Sébastien ULLIANA
Office de tourisme du Pays de Lapalisse
04 70 99 08 39
sebastien@lapalissetourisme.com

DOSSIER

« L'entreprise » CNCS

Fruit de la décentralisation culturelle et d'une étroite collaboration entre l'État et les collectivités, le Centre national du costume de scène (CNCS) fête cette année ses dix ans. Son succès contribue indéniablement à l'attractivité touristique et au rayonnement culturel de Moulins et du département de l'Allier. Il sera aussi, nul n'en doute, un des fleurons touristiques de la grande Région Auvergne - Rhône-Alpes.

Les musées ne vivent plus aujourd'hui uniquement de subventions publiques et de la billetterie. Les dotations de l'État et des collectivités se réduisant, ils ont à faire preuve d'imagination pour aller chercher ailleurs d'autres moyens pour subsister et développer leurs activités. Dans un secteur touristique devenu hyperconcurrentiel, ils doivent parfois adopter les méthodes de gestion et de marketing des entreprises.

Entretien avec Vincent Foray, administrateur du CNCS.

Breton d'origine, Vincent Foray est administrateur du CNCS depuis 9 ans. Il est responsable sous l'autorité de la directrice Delphine Pinasa de la gestion administrative, juridique, financière et des ressources humaines de l'établissement.

Allier Tourisme Infos (ATI) : « Peut-on parler d'entreprise pour le CNCS ? Peut-on faire rimer mission de service public et rentabilité ? »

Vincent Foray (VF) : « Oui et non. Qu'une institution publique telle que le CNCS soit redevable auprès de ses financeurs d'un bilan comptable équilibré, que nous soyons tenus de respecter des objectifs en terme de fonctionnement et de développement, cela n'est guère contestable. Certes, aujourd'hui il nous faut aussi chercher de nouvelles sources de revenus, gérer une boutique, organiser des événementiels, nouer des partenariats avec des entreprises, s'investir pleinement dans ces nouveaux métiers du marketing et du digital... mais un musée n'est pas une entreprise ! La quête du profit ne peut s'imposer à la mission culturelle ou scientifique. Le « CNCS » reste une organisation à but non lucratif sans réelle perspective in fine à dégager de bénéfices compte tenu des coûteuses missions de service public que nous assurons avec fierté et passion. »

ATI : « Pour chercher des nouvelles sources de revenus vous devez multiplier l'offre ? »

VF : « Nous développons des activités commerciales comme par exemple la location d'espaces pour des séminaires ou

la privatisation du lieu. Un quart du budget provient de ressources propres grâce notamment à la librairie-boutique mais aussi à la billetterie. Nous assurons la promotion aussi de notre image dans des livres et des objets souvenirs autour des costumes de scène et des expositions. Le musée véhicule un savoir-faire de plus en plus souvent à l'étranger en exportant nos expositions. Le mécénat est également une source complémentaire de revenus et permet à un acteur économique désireux de développer son image de marque de soutenir le développement du CNCS. »

ATI : « Quelles sont les particularités dans la gestion d'un site touristique et à fortiori un musée ? »

VF : « D'abord l'amplitude d'ouverture ! Être ouvert au grand public 362 jours par an, nécessite beaucoup de polyvalence, de

CHIFFRES CLÉS

- 8 000 m² de bâtiments sur un site de 4 hectares
- 30 salariés sous statut de droit privé
- 3 millions d'euros de budget
- 10 000 costumes et plus de 20 000 objets conservés
- 20 expositions présentées depuis 2006
- 362 jours d'ouverture par an
- 650 000 visiteurs dont 59 % d'Auvergne-Rhône-Alpes
- 150 000 jeunes visiteurs de moins de 25 ans
- 53 000 visites guidées dont 5 900 groupes accueillis



souplesse, le sens de l'organisation et des priorités. Nous avons une équipe limitée en nombre par rapport à des établissements de taille similaire. Heureusement, le professionnalisme et la motivation sont là pour participer à ce beau projet ! Ensuite, il y a la permanence des efforts à faire pour attirer et satisfaire le grand public, les visiteurs, les excursionnistes, ces touristes que tout le monde s'arrache. Nous avons une forte exigence de la qualité d'accueil.

La moitié de l'effectif travaille au département des publics. Il faut sans cesse surprendre nos publics d'où la prédominance d'expositions temporaires sur des espaces muséographiques dits permanents. »

ATI : « Les fonctions du marketing et le digital sont-ils devenus incontournables dans l'organigramme des musées ? »

VF : « Oui ! La communication est un domaine familier, le marketing nécessite une stratégie permanente. Nous devons connaître nos visiteurs. D'où sont-ils, d'où viennent-ils, que recherchent-ils ? Les études de clientèles nous éclairent. Nous avons depuis l'ouverture du CNCS une chargée de l'action commerciale et du marketing qui assure la prospection et le développement des ventes. Favoriser la consultation des



œuvres, permettre aux enseignants de préparer la visite du musée, renseigner les visiteurs : le champ numérique a indéniablement investi le CNCS.

Le site Internet « tourne » à environ 300 visiteurs par jour, avec une version en anglais. Nous avons développé un espace e-billetterie via la plateforme Open System ; une e-boutique permet la commercialisation de nos produits. Nous sommes actifs sur les principaux réseaux sociaux : 15 000 fans sur Facebook, 1 200 followers sur Twitter et présents sur Instagram, Youtube, Google+ et Pinterest. »

ATI : « Quels appuis trouvez-vous auprès des institutions touristiques ? »

VF : « Nous nous sentons à l'aise dans le monde du tourisme. Je note une évolution positive de la perception de la dimension touristique du CNCS comme équipement structurant du développement du territoire.

L'accompagnement du CDT est notamment fort et nous attendons beaucoup de la fusion des deux CRT. Rien ne peut se faire sans les partenariats de tous les acteurs, que ce soit les filières hébergement, restauration, animation... »



Lancement du timbre des 10 ans du CNCS, réalisé par Christian Lacroix, en présence notamment de D. Pinasa, P.A. Périssol et M.N. Goffin.

ATI : « Et de la région Auvergne-Rhône-Alpes ? »

VF : « Il nous faut exister dans cette grande Région, revendiquer la présence forte du patrimoine sur le territoire, car c'est en assurant une promotion de toutes les activités que la région sera encore plus attractive.

Auvergne-Rhône-Alpes, c'est aussi 60 % des visiteurs du musée avec une marge de progression. C'est également une porte vers la Suisse.

Par ailleurs des liens forts existent avec la région lyonnaise où la tradition de la soierie et une forte industrie du textile sont omniprésentes. Le Musée des Tissus et des Arts décoratifs est là pour en témoigner.

Nous travaillons déjà avec l'Opéra, l'École Nationale Supérieure des Arts et Techniques du Théâtre et l'École Nationale Supérieure des Sciences de l'Information et des Bibliothèques de Lyon. »

ATI : « Pour terminer, quels sont les projets à venir ? »

VF : « Ils vont se concentrer sur un projet d'extension autour de deux axes : un accroissement de la capacité des réserves de costumes et la création d'un centre d'interprétation du costume et de la scénographie ouvert au public.

Cet investissement d'avenir a pour objectif de renforcer la fréquentation du musée avec un objectif de 100 000 visiteurs par an. »

CONTACTS ET INFORMATIONS

- Delphine Pinasa, directrice
- Vincent Foray, administrateur
- Sylvie Richoux, responsable du département des collections
- Loriane Pobelle, communication et réseaux sociaux
04 70 20 76 19 - communication@cncs.fr
- Jean-Sébastien Judais, responsable du département des publics
04 70 20 76 17 - jsjudais@cncs.fr
- Amandine Lombard, responsable accueil, billetterie et boutique
04 70 20 79 78 - alombard@cncs.fr
- Laura Boutonnet, responsable marketing et action commerciale
04 70 20 76 22 - marketing@cncs.fr
- Stéphanie Laporte, coordinatrice groupe, médiation et espaces
04 70 20 79 70 - slaporte@cncs.fr

CNCS - 04 70 20 76 20 - www.cncs.fr

CNCS prochaine exposition du 15 octobre 2016 au 5 mars 2017 : Célébrités ! Les costumes de la chanson française #

NOUVEAU MAGAZINE EN KIOSQUE

Magazine trimestriel dédié au Bourbonnais, le n°1 de Terre des Bourbons est sorti en mars. Au fil des éditions se dévoileront le dynamisme, les projets, l'incroyable richesse humaine et historique du département au travers d'articles traitant de culture et société, d'économie, de développement durable. Qu'ils soient entrepreneurs, passionnés, paysans, gens de nature ou de culture, tous ceux rencontrés dans ses pages ont un point commun... ils sont « d'ici ». À découvrir dans le numéro 2 (à partir du 15 juin), une visite insolite des parcs de Vichy. ■

Informations :

Imprimeries Réunies (Moulins)
04 70 44 01 85
www.terredesbourbons.com

Le Chiffres-Clés Allier 2015 téléchargeable sur pro.allier-tourisme.com #

NOUVEAUTÉS 2016 DU PAL

L'attraction « Les chaises volantes » et l'espace animalier consacré aux panthères du Sri Lanka constituent les nouveautés du PAL cette année.

Le manège aux couleurs ciel et or, avec ses chaises volantes, est conçu dans un esprit baroque, avec des peintures d'animaux à la mode gentilhomme et promet un voyage enchanteur dans les airs. Un nouvel environnement des panthères du Sri Lanka a également été aménagé afin que les animaux trouvent au mieux leur équilibre et puissent développer des comportements naturels tout au long de la journée à l'abri (ou non) des regards. ■

Informations :

Le PAL
04 70 42 68 10 - www.lepal.com

LA NOUVELLE VIE DES DINOSAURES

Après la liquidation financière de la société Fossilis qui assurait la délégation de service public depuis 2011 du parc PALÉOPOLIS à Gannat, le Conseil départemental de l'Allier a confié en mars la gestion et la direction du site à l'Agence ORGANICOM située à Aubière. Elle est déjà en charge du château de Murol (110 000 visiteurs annuels) et du site troglodyte de Jonas (30 000 visiteurs annuels). Le parc a ouvert de nouveau ses portes au grand public le 30 avril dernier. ■

Informations :

Paléopolis
04 70 90 16 00 - www.paleopolis.com

Le PAL, 1^{er} parc de loisirs de Auvergne-Rhône-Alpes avec plus de 575 000 visiteurs #

HISTORIAL DU PAYSAN-SOLDAT À FLEURIEL

Fleuriel a inauguré en 2015 l'Historial du Paysan-Soldat en hommage aux paysans-soldats français morts lors de la Grande Guerre. Le musée apporte un éclairage ethnographique sur celle-ci grâce à une collection d'objets comme des uniformes, des armes, etc. Son approche chrono-thématique du soldat traite des principaux aspects du conflit. L'Historial ouvert de mai à août, développe des sujets ayant trait à la mémoire du soldat en recourant à des outils de médiation innovants : « douches sonores », films, écrans 3D pour visionner des plaques stéréoscopiques d'archives... Une exposition temporaire sur la pratique créative au front, avec des instruments de tranchées fabriqués par les soldats est présentée au 1^{er} étage. ■

Informations :

www.comcompayssaintpourcinois.fr

Documentaire sur la Besbre de René Fallet actuellement en tournage et bientôt sur la chaîne Seasons #

BONS PLANS ! »

Pour découvrir les Produits d'Allier et les sublimer, le Comité départemental de Promotion des Produits d'Allier (CDPA) propose deux documents estampillés « Bons plans ! » :

- Le Répertoire des magasins d'entreprises où sont inventoriées 25 entreprises qui disposent d'un point de vente sur leur lieu de production ;

- Le Livret recettes des Produits d'Allier : si la pompe aux grattons et le pâté aux pommes de terre sont incontournables, la gastronomie bourbonnaise est identitaire par tous ses produits locaux et inventive par le savoir-faire de ses chefs cuisiniers qui présentent 16 recettes dont un burger au saumon mi-fumé, une cuisse de Poulet Bourbonnais à la Duchambay ou un Carré d'Agneau du Bourbonnais en croûte de sésame... simple et savoureux ! ■

À découvrir sur

www.facebook.com/produits-dallier
ou sur demande à
contact@produits-allier.com

A voir absolument : exposition Décors d'Opéra du 5 avril au 18 décembre 2016 au Musée de l'opéra de Vichy. opera.vichy.musee.free.fr #

DES PANNEAUX D'INFORMATIONS TACTILES À MONTLUÇON

L'office de tourisme de la Vallée de Montluçon a mis en place un panneau d'informations tactile en octobre dernier. Situé à deux pas du château des ducs de Bourbon, donnant sur le boulevard de Courtais, ce point d'accueil interactif fournit toutes les informations pratiques aux résidents, touristes et visiteurs. Accessible 24h/24, il est doté d'une application développée pour une utilisation facile afin de répondre aux différentes demandes des utilisateurs. Les données proviennent du SIT du CDT et sont mises à jour en temps réel. L'office de tourisme dispose également d'un accès qui lui permet de gérer à distance toutes les informations. Ce mobilier interactif, accessible aux personnes à mobilité réduite, est mis gratuitement à disposition grâce aux annonceurs partenaires. ■

Informations : Office de tourisme de la Vallée de Montluçon - 04 70 05 11 44
www.montlucontourisme.com

Allier Tourisme Infos est édité par le Comité départemental du tourisme de l'Allier
Château de Bellevue
BP65 - 03402 Yzeure Cedex
Tél. : 04 70 46 81 50
www.allier-tourisme.com

Directeur de publication :
Bernard COULON
Directrice de rédaction :
Véronique DUFRÉCHOU

Rédacteurs en chef : Luc-Olivier PIERRE & Cécile BASSEVILLE
Numéro ISSN : 1967-0826
Charte graphique : Creatom
Maquette : Aurélie CHAPEAU
Crédits photos : Pascal François-CNCS, OT Moulins, Mickaël Apelian, David Frobert-CRDTA, Photoerick-fotolia.com, Louis Holder-C-Toucom, Guide du Routard-Hachette, Gîtes de France Allier, Luc Olivier, Eclipsonic, CNCS.

Numéro 22 - Juin 2016