

## Compte-rendu du Bureau du 5 novembre 2015 à l'office de tourisme

Présents : Mmes Demey, Clothilde, Maud

Mrs Palin, Castelli, Hippert, Colson,

Excusés : Mme Roseleur,

Mrs Cochet, Carigi

Absent : Mr Pilâtre

Secrétaire de séance : JM Carigi

---

### **1° Point sur le salon de Reims**

Une réunion a eu lieu le 27 octobre afin de voir qui est partant pour venir avec nous. A chacun, il est demandé, d'être adhérent à l'OT et d'apporter une animation ou un cadeau à faire gagner.

Parmi les participants :

- La brasserie du port de Madine avec Vincent Pillet des bulles de Nonsard.
- Les jardins de Lorraine
- ESAT de Lachaussée
- Base de Loisirs de Bonzée

Madine sera rencontré semaine prochaine.

Il est demandé à Maud, de faire appel à des syndicats, association... qui regroupent et qui représentent un collectif plutôt que de partir sur des individuels qui vont être là juste pour « vendre » leur offre personnel et non pas la destination.

Cependant, il est fait noter qu'il est plus impactant et efficace d'avoir des bulles de Vincent Pillet pour représenter l'hébergement plutôt que d'avoir uniquement Gîtes de France derrière une simple table.

Philippe Colson, informe que le 54 met à disposition la Montgolfière du 54 à disposition si celle du 55 est là.

Connaissance de la Meuse est partant à venir avec nous pour faire des animations sous réserve que le déplacement et l'hôtel soient payés aux bénévoles.

### **2° SLDT**

Clothilde informe qu'il est prévu une dégustation autour des produits du terroir. Celle-ci a été préparée en collaboration avec Mme Hottier.

Kristell Juven, du carrefour des pays Lorrain, a fait parvenir une proposition de sous-thématique pour animer les réunions du jeudi 19 novembre :

<b>Objectif</b>
<b>1 – FAIRE RESEAU</b>
Référencement des acteurs
Création d'itinéraires/produits thématiques et partagés
Création d'espaces multifonctionnels d'accueil du public
Travail d'homogénéisation de l'offre (horaires, manifestations...)
Meilleure connaissance de la clientèle, de ses attentes
Création de liaisons douces entre les sites
<del>Renforcement et homogénéisation</del> Outils alternatifs à la signalétique
Faire émerger de nouvelles offres collectives commercialisables hors saison
<b>2. AMELIORER L'OFFRE</b>
Démarches qualitatives (marques, labels...)
Développement de points d'accueil et info sur les sites « points d'entrée »
Renforcement du personnel d'accueil <i>c'est-à-dire ??</i>
Professionnalisation des acteurs (ex : langues)
<del>Aménagement qualitative des abords des sites touristiques</del>
<del>Renforceer</del> Amélioration de la qualité de l'offre d'hébergement
Création d'outils partagés (notamment numérique) et d'aménagements favorisant la découverte du territoire
Création d'offres complètes « clé en main » - package de tourisme nature
<del>Proposer</del> Valoriser des activités pour les familles
Mise en place d'offres « décalées »
<del>Améliorer l'accessibilité des PMR aux sites et spectacles</del>
<b>3. PROMOUVOIR</b>
Outils de communication papier et numériques
Actions collectives de promotion : foires, salons, publications, expos de produits... <b>et vers quel marchés ?</b>
Liens avec OT <del>des villes (Nancy, Metz, Paris)</del>
<del>Faire émerger</del> Promouvoir des manifestations de qualité, d'envergure (comment définir d'envergure et de qualité ?)
Encourager les locaux à faire la promotion de leur territoire (éducateurs)
Former les prestataires à l'offre locale
<del>Former et informer les jeunes</del>

La séance est levée à 20 heures 00.