

Assemblée Générale 2015

Jeudi 12 mai 2016 à 16h30 au Centre Culturel de Lamastre

Etaient présents

L. UGHETTO, H. SAULIGNAC, M. DESBOS, M. LEDAUPHIN, D. JOUVE, A. SALLIER, D. RIXTE, C. BRUN, F. TAREAU, V. MOLES, AP. MEHEUST, E. BUIS, C. LAFOUX, S. ALIX, C. FAURE, C. FEROUSSIER, B. FAURE, P. SAVATIER, P. FOURCHEGU, B. MOURGUES, E. ALLEGRE, C. JAQUIN, M. HERRADA, R. BOUVARD, T. BOUTEMY, D. BENOIT, X. BERTE, M. GRANGE, JM. LAGANIER, R. SOULEILAC, J. PEREZ, V. ORCEL, F. LARCHER, B. NICOLARDOT, C. BONIN, JP. MANIFACIER, C. HERNANDEZ, E. LESPINASSE, F. SAUSSET, J. PASTORE, F. BOUVEAU, JP. NOUGUE, A. ROBERT, J. CHARRIERE, J. DUBAY, S. POUZACHE, C. RAGUET, A. DUSSERT, C. AUDOYER, C. ASTIER, G. ARGAUD, F. MUNOZ, J. TALAGRAND, G. JULIEN, M. LONDON, J. DALVERNY, AM. DELARBRE, A. DIAZ, C. GARAYT, JM. ROBERT, H. GRAILLAT, B. BETRANCOURT, R. LAFFONT, JP. VALLON, L. LATRE, L. FABRE, M. MEIGNIER, L. COUX, JC. BRUCHET, H. WATT, M. DOAT, D. MATHIEU, M. SERVE, N. GAROUSSE, A. GIRODE, O. COURCHEVELLE, J. CHOSSON, J. MALARD, A. VENTALON, C. FAURE, P. MALBOS, M. CHAMBON, B. FRASSON-MARIN, J. BONNAUD-BERTE, J. MANGEANT, MP. BARTHELEMY, M. DESESTRET

C. LEGROS (Echo le valentinois), J. MALARD (Dauphiné Libéré), JL. BARZYK (Hebdo de l'Ardèche).

Se sont excusés

P. TERRASSE, C. VIGNE, C. HACQUES, G. OZIL, J. AURANGE, JP. POULET, N. BERNARD, C. D'IMPERIO, S. BUIS, D. PALIX, L. SERRE, F. VENNIN, M. VILVERT, P. JOUVET, D. PASQUIET, JC. FLORY, D. MISERY, N. DARAGON, A. TRIOLLE, D. TESTON, J. BESSON, B. ROYER, G. TEYSSIER, M. LETOCARD, L. SABATIER, J. CHABAL, A. JACQUET, V. STEPHANN, JL. FLAUGERE, G. BRUCHET, B. ROCHE, P. VANIER, P. DRY, G. LAURENT, G. MARRON, O. DUSSOPT, C. MALFOY, F. GONNET-TABARDEL, JP. ROUX, B. MOURARET, F. THIERY, M. DARNAUD, J. GENEST, A. ARMAND, A. GRENIER, S. PLENET, C. BELIN, M. CRECHET, G. MISTLER, N. TOURRE, P. PESCHIER, M. FINIELS, K. CHALON, D. TORTEL, E. MATHIEU, J. MOULIN, S. GAUCHER, G. DOZ, E. LOUCHE, A. LAURENT, M. OSTERNAUD, B. JAN, S. DINTRE, S. BARBATO, M. BECHET, C. VERNET, R. VIELFAURE, J. MEISTER, M. SCHELLARD, V. FERRAND, JP. BADOUARD, P. POMARET, O. AMRANE.

Participaient également : le directeur Gil BREYSSE, les collaborateurs de l'ADT.

Le Président Laurent UGHETTO souhaite la bienvenue aux participants. Il rappelle que l'ADT tient ses assemblées générales sur tout le département et remercie Jean-Paul VALLON pour le prêt de cette très belle salle et pour les moyens mis à disposition pour que tout se déroule au mieux.

Le Président fait part des personnes excusées qui n'ont pu se libérer pour participer à cette assemblée générale. Il remercie les professionnels du tourisme, les élus et les filières présents aujourd'hui. Il informe de la présence du Président du Département qui nous rejoindra un peu plus tard. Il tient à avoir une pensée pour Joël GODFROY, collaborateur de l'Agence de Développement Touristique de l'Ardèche, qui nous a quittés trop tôt et pour sa famille. L'ADT a été touchée au cœur cette année encore.

Jean-Paul VALLON – Maire de Lamastre

« Monsieur le Président, Mesdames et Messieurs les élus, Cher Laurent, Mesdames, Mesdemoiselles, Messieurs, bienvenue à Lamastre et son merveilleux territoire qui accueille aujourd'hui l'assemblée générale de l'ADT, dans cette salle flambant neuve.

Je remercie notre Président, je te remercie Laurent, ainsi que Gil notre Directeur, d'avoir choisi Lamastre pour cette AG, démontrant ainsi tout l'attachement que vous portez au développement touristique de l'ensemble du territoire ardéchois.

En effet, la couronne ardéchoise du tourisme est sertie de nombreux bijoux avec la grotte Chauvet, le parc animalier de Peaugres, les nombreux musées et aussi le fameux train de l'Ardèche (le « Mastrou ») qui sillonne la Vallée du Doux. Si j'étais un peu chauvin je dirais que parmi tous ces bijoux la plus belle pierre c'est le « Mastrou ». Mais non, la joaillerie c'est l'art de mettre en valeur toutes les pierres comme sait si bien le faire l'ADT.

Le territoire sur lequel vous vous trouvez aujourd'hui porte un collier avec de belles perles qui attirent. Par exemple la Ferme du Châtaignier où plusieurs d'entre vous se sont émerveillés tout à l'heure. Nous avons à Désaignes une perle de même carat avec la Castagne. Ces sites promeuvent également tous les produits du terroir qui sont de plus en plus recherchés et appréciés.

La Communauté de Communes du Pays de Lamastre investit énormément, depuis plusieurs années, dans des équipements touristiques qui contribuent au développement de notre territoire :

- La Dolce Via, voie douce qui arrive cette année à Lamastre. Les travaux sont en cours (1 600 000 €). Cet équipement est très attendu par la population et bien sûr par les professionnels du tourisme.
- Le « Mastrou » avec la réhabilitation de tous les bâtiments de l'immense gare de Lamastre, ainsi que la construction des ateliers (près de 2 000 000 €).

Nous réfléchissons d'ailleurs à la mise en place d'un circuit qui partirait de la gare du « Mastrou » à Tournon/St-Jean. Les vélos seraient chargés dans les wagons. Une fois arrivés à Lamastre les touristes emprunteraient la Dolce Via jusqu'au Cheylard, pour redescendre ensuite à la Voulte/Rhône et prendre la ViaRhôna puis poursuivre jusqu'à la Caverne du Pont d'Arc par exemple. Pourquoi pas un package sur plusieurs jours ?

Vous voyez, nous ne manquons pas d'imagination et je voudrais profiter de la tribune qui m'est offerte pour remercier tous les partenaires qui nous permettent de scintiller, au premier rang desquels l'ADT et le Conseil Départemental bien sûr.

Pour terminer, je ferai cette fois-ci une métaphore avec la course cycliste l'Ardéchoise, un autre joyau de la fameuse couronne et qui s'écoulera dans les semaines qui viennent sur les routes de notre département telle une rivière de diamants mettant en avant, elle aussi, les beautés de l'Ardèche. Alors en voiture et en route pour que vive l'émerveillement.

Rapport moral du Président Laurent UGHETTO

2015 a été une année particulièrement dense et positive qui marquera durablement la trajectoire de la destination Ardèche :

- Un projet Tourisme Horizon 2020 particulièrement ambitieux voté par l'Assemblée Départementale en juin.
- L'ouverture réussie de la Caverne du Pont d'Arc, même si des ajustements ont été nécessaires.
- L'achèvement de la ViaRhôna en Ardèche, la poursuite de l'aménagement du réseau de voies douces et la réalisation de la grande traversée VTT de l'Ardèche.
- L'élaboration par l'ADT d'une stratégie marketing offensive et de sa marque territoriale qui sera le socle de l'action touristique de toute la destination.
- Le maintien d'un haut niveau d'investissements touristiques, privés et publics.
- L'inversion tant attendue de l'érosion touristique que nous subissons depuis 4 ans (particulièrement sur le printemps).
- Un ensemble d'événements (au 1^{er} rang desquels l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc, mais aussi le Tour de France) qui a placé l'Ardèche, comme jamais, sous les projecteurs des médias y compris étrangers.

Ces succès nous les partageons, comme nous aurons à partager les suivants si nous savons poursuivre ce travail de structuration et de valorisation de notre offre touristique.

En 2015 l'activité touristique ardéchoise a foisonné de projets. Elle s'affirme comme l'un des piliers de notre économie, de nos dynamiques humaines et de notre ouverture au monde. Le tourisme est l'un des rares secteurs économiques ardéchois en croissance. La prise de conscience de cette réalité a nettement progressé chez les acteurs du tourisme et chez les décideurs publics :

- Nous faisons tous les jours le constat d'un optimisme retrouvé et de nouvelles initiatives.
- Notre offre touristique est en pleine évolution, avec le renfort de la culture et du patrimoine et nous sommes en assez bonne correspondance avec les nouvelles attentes des clientèles touristiques et leurs comportements.
Leur recherche de sens et d'expérience trouve bon nombre de réponses chez nous.
- L'engagement du Département, notamment s'agissant d'actions de développement portées par l'ADT au service de tous, doit être salué. Le principe de la convention tri-annuelle exprime une vraie confiance et nous avons tout fait pour l'honorer.
- Même les territoires les moins touristiquement développés adoptent des stratégies et jouent la carte tourisme.
- Les analyses conduites dans le cadre de notre stratégie marketing confirment que nous sommes le premier département touristique français hors littoral et hors destinations sport d'hiver (au coude à coude avec la Dordogne).
- Le territoire Ardèche est de plus en plus connoté « Vélo » et c'est un vrai gisement d'activité, notamment pour les ailes de saison et les territoires les plus ruraux.

Au final beaucoup d'atouts et d'engagements de la part des acteurs, mais attention nous ne sommes pas seuls au monde et le tourisme est un secteur éminemment concurrentiel. Nous devons donc faire preuve d'efficacité, d'anticipation et de vigilance. C'est notamment la raison d'un investissement important dans une stratégie marketing de destination pour garantir la cohérence et éviter la dispersion.

2015, une année malgré tout compliquée s'agissant de finances publiques et de cadre législatif, mais invitant à un véritable travail d'adaptation que nous avons en partie conduit :

- La loi NOTRe et la raréfaction des ressources publiques nous ont invités à revoir nos schémas d'intervention.
- Nous avons pris ensemble la mesure de ce qu'est la compétence partagée. Nous avons nettement progressé dans la capacité à coopérer (le rapport d'activités en donnera maintes illustrations) et c'est de très bonne augure pour l'avenir.

- Ces changements peuvent être bénéfiques. Ils stimulent notre imagination et notre intelligence collective.
- L'ADT, ses élus, ses collaborateurs sont résolument dans cet état d'esprit.
- Notre stratégie marketing a prévu la mise en place d'indicateurs de performance qui nous aideront individuellement et collectivement à mesurer l'impact de nos actions et à les corriger en permanence. Chaque euro engagé doit être optimisé.

Ces adaptations et mutations étaient indispensables et il nous faut rester sur ce principe de souplesse et d'adaptation permanente. Le tourisme est une activité économique qui doit jouer en permanence avec la conjoncture, les opportunités, mesurer ses résultats et ne pas oublier d'écouter ses clients.

2015, année de mutation pour l'ADT, « passer du faire pour les autres au faire avec les autres », tout en confirmant sa responsabilité d'animation, de garant de la stratégie de destination, de sa cohérence et de ses équilibres :

- Les services de l'ADT se sont remis en cause, en s'adaptant aux nouvelles stratégies. Ils se sont préparés à un fonctionnement de plus en plus coopératif et partenarial avec l'ensemble des forces vives du tourisme.
- L'élaboration de la stratégie marketing, sur laquelle nous reviendrons dans le déroulement de cette AG, est une belle démonstration de travail collaboratif qui a nettement fait progresser les esprits et les volontés.
- Cette mutation entraîne des changements importants dans les métiers mêmes de nos collaborateurs, exigeant souvent des démarches de formation.
- Elle a su mobiliser ses capacités d'animation et d'expertise aux côtés des services du Département pour finaliser le projet Tourisme Horizon 2020.
- Elle a également renouvelé et adapté ses instances de gouvernance en accueillant de nouveaux membres représentant le Département et intégré des représentants des EPCI et des OT.
- L'ADT a aussi poursuivi en interne ses démarches pour améliorer sa propre performance et la partager avec ses partenaires : gestion analytique des ressources, Flux Vision Tourisme, stratégie numérique, tableaux de bord, gestion de la relation clients, ...
- Elle a malheureusement dû faire face à nouveau à la perte tragique d'un collaborateur, Joël GODFROY, brutalement décédé au mois d'octobre.
- Elle a eu aussi le plaisir d'intégrer 2 nouveaux collaborateurs, Marc AVEZARD et Nicolas RIDEAU, respectivement responsable et chargé de mission au Pôle Développement.

L'ADT est en ordre de marche, en pleine capacité d'assumer le rôle et les prérogatives qui lui sont confiés. Comme vous le verrez plus tard, ses comptes sont pour la 2^{ème} année consécutive à l'équilibre et ses ressources parfaitement optimisées. Seul bémol, les locaux qui paraissent de moins en moins adaptés et une solution de relogement qui s'avère indispensable.

Après 2015, Quelles perspectives ?

L'économie touristique repose sur une chaîne de valeurs, pas toujours visibles pour le client, mais essentielle pour garantir la qualité d'un séjour. Dans ces valeurs partagées nous avons à présent une marque et une promesse d'émerveillement à respecter. Ce sera une force pour une destination d'exception si nous savons la valoriser collectivement et engager ensemble les actions prioritaires. Le développement de nouveaux services, la promotion de l'offre ardéchoise et la communication autour de l'image de l'Ardèche ne peuvent supporter les dissonances. Dans un contexte encore sensible de crise économique, de concurrence toujours plus forte, il s'agit pour l'Ardèche de mieux cerner ses priorités de travail et de mieux les partager. L'Ardèche est en position de force pour se démarquer, pour émerveiller.

Nous nous sommes donné des objectifs ambitieux pour la période 2016-2020. Une grande enquête de clientèles, conduite actuellement avec la grande majorité des territoires communautaires, va nous permettre de vérifier où nous en sommes et ce que pensent nos clients de nous et de notre offre. Elle sera utile à chacun et à tous.

Notre but commun est de consolider les entreprises qui font vivre nos territoires, de favoriser la création de nouvelles activités et de nouveaux emplois.

L'ADT ne peut certes pas tout faire mais sera en permanence à vos côtés et mettra ses moyens à votre service pour y parvenir. C'est ensemble que nous ferons gagner l'Ardèche et réussirons à affirmer son leadership de destination émerveillante.

Rapport d'Activités

Vous trouverez le Rapport d'Activités 2015 et le Powerpoint présenté par le directeur et les collaborateurs de l'ADT dans l'espace professionnel du site de l'ADT <http://pro.ardeche-guide.com/assemblee-generale-2015-lamastre-12-mai-2016>.

Le Président informe que Fabrice TAREAU et Valérie MOLES nous ont rejoints. Ceux qui le souhaitent pourront leur poser des questions, notamment suite à la présentation de l'étude de fréquentation de la Caverne du Pont d'Arc.

Question : l'Ardèche ne se résume pas à Vallon Pont d'Arc. Une telle étude peut-elle être menée ailleurs, par exemple en centre Ardèche ? G. BREYSSE : oui et c'est le cas tous les cinq ans et cette année avec la grande enquête départementale des clientèles et les enquêtes infra territoriales qui seront restituées à tous.

Question : avons-nous une idée de la durée de séjour moyenne des visiteurs de la Caverne du Pont d'Arc ? R. ROIRON : environ sept nuits sur l'ensemble de l'échantillon. L. UGHETTO : tous les détails de cette enquête sont disponibles dans <http://pro.ardeche-guide.com/la-caverne-du-pont-d-arc>.

G. BREYSSE remercie le Maire de Tournon sur Rhône Frédéric SAUSSET, également vice-président de l'ADT, d'accueillir la journée de rencontre vélo du 6 juin 2016 dans sa commune. Les professionnels et les collectivités y sont cordialement invités. Toutes les infos dans <http://pro.ardeche-guide.com/inscrivez-vous-6-juin-2016-journee-d-info-tourisme-velo>.

Corinne AUDOYER : cette année 2015, les professionnels, au sein de l'ADT, ont réussi à travailler tous ensemble pour l'opération Printemps'tissime et Automn'issime, à l'incitation des campings. Deux campagnes de communication ont été montées, en association avec Ardèche Loisirs & Patrimoine. L'idée était de dire « venez en Ardèche » pas parce que nous avons des campings, des hôtels et des gîtes mais parce qu'il y a des tas de choses à faire, à visiter, à voir et c'est l'occasion de les découvrir d'une façon privilégiée via le Pass ALP. C'était une nouveauté d'être aussi nombreux autour de la table : les thermes, les campings, les hôtels, les Gîtes de France Ardèche, la Caverne du Pont d'Arc, les sites ALP. Travailler en réseau ouvrira des perspectives intéressantes pour l'avenir.

Question : satisfaction exprimée quant au volet formation professionnelle mais des regrets quant à la disparition des TACT et de leurs actions, notamment d'animation du territoire. N'y a-t-il pas quelque chose à sauver d'Ardèche Plein Cœur ? H. SAULIGNAC : le rôle du Département est de conduire des politiques départementales. Beaucoup de Départements se sont désengagés depuis longtemps de territoires qui ne sont pas des destinations. Si la dynamique d'un territoire retombe lorsque le Département se retire après de nombreuses années, c'est qu'il y a un problème. Certaines actions perdurent et d'autres, moins efficaces, non. Sur les quatre TACT, Ardèche Plein Cœur est sûrement celui qui a le mieux fonctionné.

L. UGHETTO : cela n'a pas été une décision du seul Département. Ce qui a fonctionné pendant douze ans a été intégré aux intercommunalités, avec l'évolution de la compétence tourisme.

G. BREYSSE : il y a une échelle territoriale plus pertinente que la seule intercommunalité.

H. SAULIGNAC : il y a en effet quatre grands territoires touristiques en Ardèche : la montagne, le centre Ardèche, l'Ardèche méridionale et l'Ardèche verte. Un cinquième émerge avec le sillon rhodanien. Il est nécessaire que les intercommunalités travaillent à la mise en réseau touristique avec d'autres pour arriver à la bonne échelle.

Le rapport d'activités 2015 est approuvé à l'unanimité.

Rapport financier

Jean-Claude FOUREL excuse Martine FINIELS, trésorière de l'ADT, qui ne peut être présente et commente le rapport financier 2015.

Merci de bien vouloir vous reporter aux pages 52 et 53 du document comptable qui vous a été remis à la suite du rapport d'activités <http://pro.ardeche-guide.com/assemblee-generale-2015-lamastre-12-mai-2016>.

Le Compte de Résultat de l'année 2015 fait apparaître :

- Un total des produits de 2 933 862 € (page 52).
Soit une baisse de près de 28 000 € par rapport à 2014.
- Un total des charges de 2 926 357 € (page 53).
Soit une baisse de près de 34 000 € par rapport à 2014.

La différence des produits moins les charges montre un excédent comptable pour l'année 2015 de 7 505 €.

Après 2 années déficitaires, notamment en 2012-2013 où l'insuffisance cumulée comptable s'élevait à près de 139 000 €, l'ADT renoue avec un équilibre comptable depuis 2014, qui se confirme en 2015.

La contribution des fonds propres pour accompagner les actions de l'ADT avait atteint ses limites et risquait de mettre sérieusement à mal sa stabilité financière. Aussi, la recherche des équilibres budgétaires et comptables demeure essentielle.

Nous pouvons analyser de façon plus précise la structuration des produits et des charges.

Analyse globale des produits

Les produits ont globalement baissé de 1,14 %. Nous pouvons ainsi les considérer comme relativement stables.

Nous pouvons citer les éléments marquants de l'année.

- 3 sources de financements stables ou en progression :
 - Le soutien historique du Conseil Départemental de l'Ardèche à l'ADT qui se concrétise par une subvention quasi stable de **2 634 560 €**.
 - La deuxième source de financement qui provient totalement de Fonds Régionaux dans le cadre du GPRA (Grand Projet Rhône-Alpes). Elle représente un montant global de **131 926 €** soit une hausse de près de 56 %. Ce financement ne sera pas reconduit en 2016 ou tout au moins dans des proportions moindres. Vous avez dans le rapport d'activités l'ensemble des actions menées dans ce cadre.

- Le partenariat renforcé avec les syndicats de l'hôtellerie de plein air, de l'hôtellerie, la CCI, les Gîtes de France, les villages de gîtes, le SITHERE, la Caverne du Pont d'Arc et divers autres professionnels, qui représente environ **45 000 €** soit une hausse cumulée de près de 17 000 €. Cela témoigne d'une volonté réelle de participer ensemble à des actions communes notamment de communication comme les 2 campagnes d'avant et d'après saison (Printemps'tissime et Automn'issime).
- Les autres sources de financement sont en baisse, notamment :
 - La fin de la participation de l'Etat au titre du Pôle d'Excellence Rurale qui était programmé et réalisé sur les 3 dernières années, soit une baisse d'environ 41 000 €.
 - l'absence de reprise de provision qui était de 78 500 € qui concernait l'accompagnement d'un départ et de la fin de carrière d'un salarié en 2014.

Analyse globale des charges

Les charges ont baissé de 1,33 %.

Vous trouverez en page 26 du rapport financier la liste des charges classées par nature conformément à la réglementation du plan comptable général.

Nous pouvons distinguer :

Le groupe I des charges externes

- D'une part les charges dites de fonctionnement qui s'apparentent à tous les frais de structure que supporte l'ADT. Elles s'élèvent à 176 500 € et accusent une hausse de près de 10 000 € soit + 6 % par rapport à 2014. Cette hausse reste contenue et la proportion de ces charges est tout à fait convenable.
- D'autre part les charges « au titre des actions » qui témoignent des frais externes dédiés à la mise en place de la communication et du développement touristiques du territoire ardéchois. Elles s'élèvent à environ 904 000 € soit une hausse de 16 %. Elles représentent près de 32 % des dépenses totales et témoignent de l'activité de l'ADT vers l'extérieur, de la construction et de la mise en place de la nouvelle stratégie marketing ainsi que de la mise en réseau de tous les acteurs touristiques du département.
 - le poste le plus significatif concerne la promotion pour l'ensemble du territoire ardéchois y compris « Caverne du Pont d'Arc » pour 268 632€ (-36 843 €). 30% des charges au titre des actions. On y retrouve France 3, l'opération Printemps'tissime et Automn'issime, les campagnes internet de référencement, les travaux sur les réseaux sociaux, l'amélioration du site, l'évolution vers l'E-CRM...).
 - le 2^{ème} poste pour un montant total de 180 563 € concerne notamment :
 - toute la partie dédiée à la stratégie marketing avec l'accompagnement par les agences de marketing et de communication, une personne à temps partiel du GESA (Groupement d'Employeurs du Sud Ardèche).
 - Le pilotage du pôle développement par la mise à disposition d'un attaché territorial du Département.
 - Le poste « études et recherches » a augmenté de 14 000 €, y est incluse la prestation d'Orange pour la base de données Flux Vision Tourisme.

Les groupes II et III, impôts, taxes, salaires et charges sociales

Les impôts et taxes diminuent de 5 000 € à hauteur de 135 979 € liés principalement à la taxe sur les salaires.

Les salaires et charges s'élèvent à 1 564 777 € soit 55% des charges, en diminution de 170 000 €.

Ratio inférieur à celui des entreprises de prestations de services qui tourne plutôt autour de 60%.

Nous pouvons souligner toutefois que cette année a été marquée par les départs volontaires de 2 salariés et le décès tragique de Joël GODFROY.

D'autre part, conformément à la possibilité offerte par la convention collective, Il a été mis en place un Compte Epargne Temps qui a été valorisé pour 23 K€ (charges comprises). Il permet aux salariés de capitaliser suivant des règles précises des jours de congés ou de RTT non pris.

Un complément de prévoyance a été souscrit pour une indemnisation plus rapide en cas d'arrêt de travail.

On ne constate pas cette année de provision pour Indemnité de Fin de Contrat. Les 17 500 € annuels dédiés apparaissent en charges de fonctionnement (compte d'assurance 616).

Nous obtenons l'équilibre comptable, ce qui nous est assigné mais cela n'est pas le fruit du hasard. Il révèle un suivi continu tout au long de l'année des fonds publics qui nous sont confiés et de leur utilisation optimale. Il montre aussi l'investissement personnel de chaque salarié de l'ADT qui cherche constamment à optimiser les ressources.

L'ADT, en plus des techniques comptables pures, est doté d'une comptabilité analytique et budgétaire qui permet au mois le mois de suivre l'état des budgets et des réalisations correspondantes.

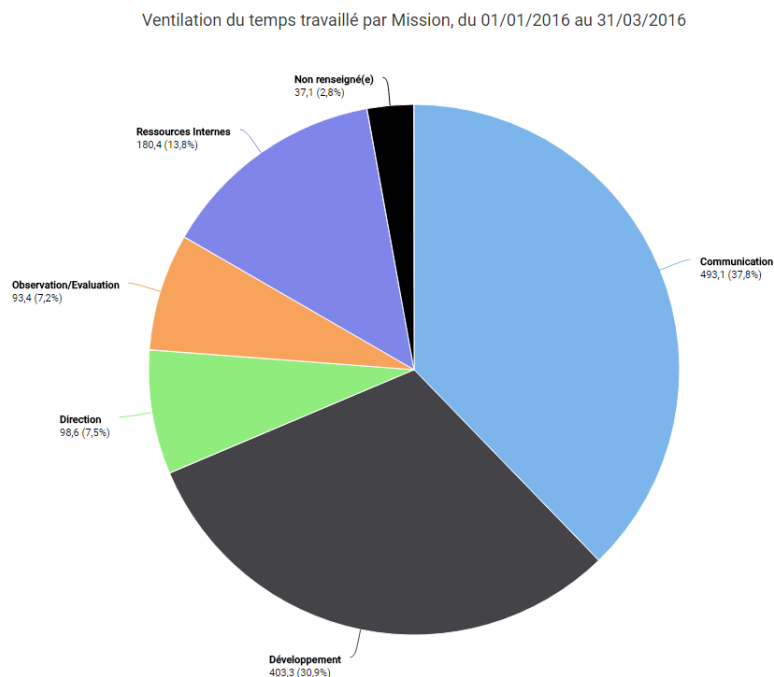
Nous pouvons dire ainsi que l'ADT a réalisé 98.87 % du budget 2015 ce qui se retrouve automatiquement dans les comptes.

Une refonte totale de cet outil qui doit coller aux objectifs du schéma Tourisme Horizon 2020 est en cours pour poursuivre ce suivi nécessaire à la bonne tenue des comptes.

Nous pouvons avoir d'ores et déjà un aperçu de cet outil en cours de finalisation.

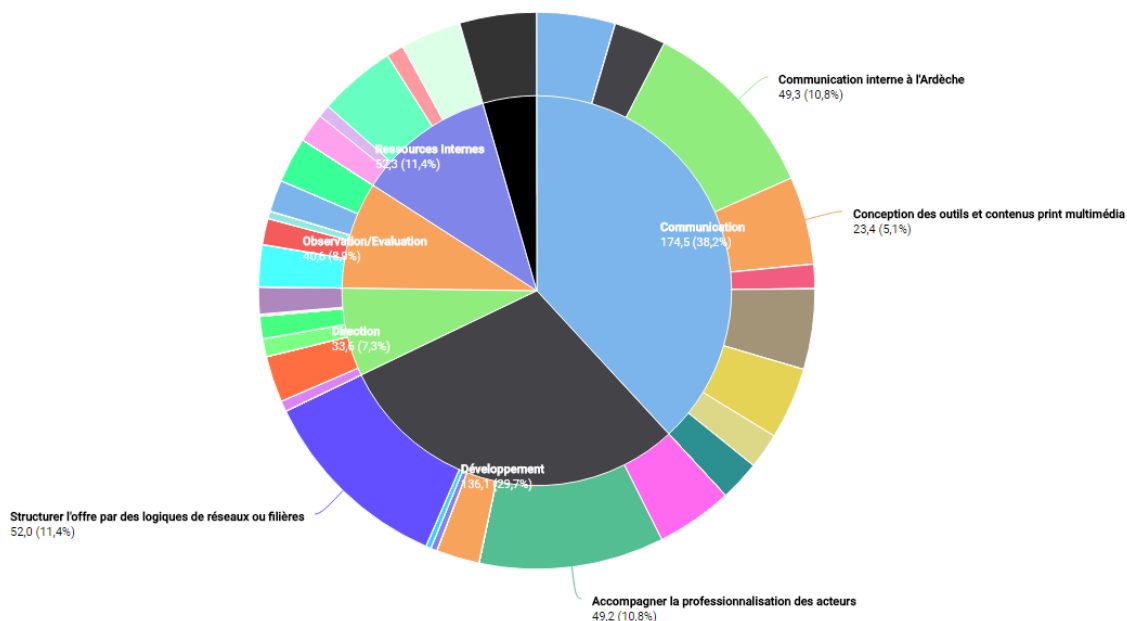
La nouvelle plateforme de gestion du temps Eurécia, mise en place en 2015, qui assure un suivi des temps et activités nous permet d'avoir une analyse fine des Missions, Fonctions et Activités des salariés de l'ADT et ainsi d'avoir une vision globale des actions définies par la stratégie touristique.

Nous pouvons ainsi voir le graphique qui nous donne la répartition des missions par exemple sur le 1^{er} trimestre 2016 :



Nous pouvons aussi avoir un détail des fonctions à l'intérieur des missions :

Ventilation du temps travaillé par Mission et par Fonction, du 01/03/2016 au 31/03/2016

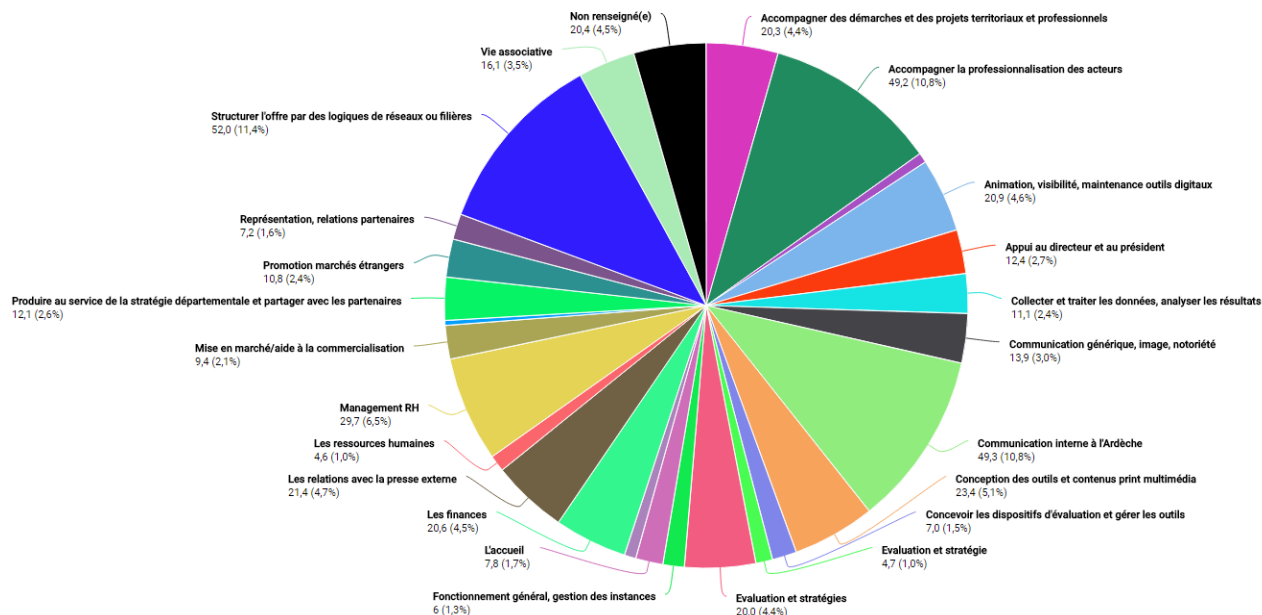


Powered

Puis au sein d'une fonction les parts des activités :

Ventilation du temps travaillé par Fonction, du 01/03/2016 au 31/03/2016

Total : 457,4 jours



Powered by Eurécia

Avant de donner la parole au Commissaire aux Comptes Denis JOUVE du cabinet SORGE AUDIT, je propose à l'expert comptable Matthieu DESESTRET du cabinet IN EXTENSO d'apporter des précisions complémentaires sur le bilan 2015, notamment concernant l'approche patrimoniale de notre structure.

Commentaires de Matthieu DESESTRET, IN EXTENSO, sur l'exercice 2015 de l'ADT

Il ressort du compte de résultat un total produits de 2 933 K€ contre des charges de 2 926 K€ soit un résultat excédentaire de 7 505.18 €. L'an dernier l'excédent s'élevait à 1 559.99 €.

Au niveau des recettes, le Conseil Départemental représente 92% des subventions, la région 5%. Les recettes sont en diminution de 28 K€.

Les charges diminuent de 34 K€ avec une maîtrise des charges de personnel au profit des charges liées aux actions.

Les états annuels sont cohérents avec le budget du début d'année.

J'insiste sur le suivi rigoureux de chaque équipe de l'ADT, de chaque salarié, qui permet à la structure d'atteindre cet équilibre comptable, un équilibre comptable toujours compliqué à atteindre avec un budget proche des 3 millions d'euros.

Je souligne le travail de Jean-Claude et Claire-Lise qui sont les « gardes fous » des chiffres de l'ADT, à la fois fermes et pointilleux, indispensables à la bonne vie financière de l'association. La comptabilité analytique de l'ADT est un outil fiable et maîtrisé.

Le bilan fait état d'un actif circulant de 517 606 € (trésorerie pour 234 K€ et produits à recevoir pour 275 K€) et d'un passif de 446 086 € (dettes fournisseurs et sociales). La situation financière globale est toujours positive de 72 K€. L'an dernier elle était de 59 000 €. Pour rappel l'association a connu ces dernières années une chute de sa situation financière liée à la part d'autofinancement que l'ADT a mobilisée pour le soutien des acteurs ardéchois.

En conclusion, l'association continue sur un équilibre comptable pour l'exercice 2015, mais elle n'avait pas d'autre choix. Les efforts effectués les années précédentes ne donnent plus de marge de manœuvre pour autofinancer les actions. Les fonds propres sont encore faibles mais stables.

Je tiens à remercier les équipes de l'ADT et en particulier le service comptable pour leur professionnalisme et leur sérieux.

Rapport de Denis JOUVE, Commissaire aux Comptes, SORGEC AUDIT

Je m'associe aux conclusions de Matthieu DESESTRET en ce qui concerne la rigueur du service comptable, son dynamisme et sa volonté d'aller de l'avant. La comptabilité analytique est très lourde à mettre en place, il n'a néanmoins pas hésité à le faire car c'est important pour avoir une meilleure connaissance financière.

Opinion sur les comptes annuels.

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives.

Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants pour fonder notre opinion. Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de l'association à la fin de cet exercice.

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport moral du conseil d'administration.

Rapport spécial du Commissaire aux Comptes sur les conventions réglementées. Exercice clos le 31/12/2015.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission. Nous vous informons qu'il ne nous a pas été donné avis d'aucune convention passée au cours de l'exercice écoulé à soumettre à l'approbation de l'organe délibérant en application des dispositions de l'article L. 612-5 du code de commerce.

Le rapport intégral du Commissaire aux Comptes est disponible à la consultation au siège de l'ADT.

Laurent UGHETTO : ce qui compte pour l'ADT est de voir que les coûts de fonctionnement restent faibles au regard des masses financières gérées. Ce qui a la plus grande importance c'est l'action, et l'argent d'une association telle que la notre a bien pour destination de développer du service et de l'activité, dans le cadre de sa vocation première de développement touristique en Ardèche. L'intérêt d'une présentation analytique est de mettre en évidence le fait que le coût d'un personnel est bien inclus dans les actions.

Le rapport financier 2015 est approuvé à l'unanimité.

L'affectation de l'excédent de 7 505.18 € au compte report à nouveau 119 du plan comptable général est approuvée à l'unanimité.

Le maintien de la cotisation de base à 20 € et de la cotisation de soutien à 50 € est approuvé à l'unanimité.

L'assemblée donne quitus au Président et au Directeur pour la bonne tenue des comptes.

Stratégie marketing

Gil BREYSSE présente le travail d'élaboration conduit en 2015 pour une stratégie marketing de destination et une marque territoriale.

Retrouvez le Powerpoint de présentation <http://pro.ardeche-guide.com/la-strategie-marketing>



Toutes vos demandes et questions : contact@emerveillesparlardeche.com

Michel GRANGE : je vous remercie d'avoir choisi l'agritourisme comme thème particulier de notre assemblée générale et je suis persuadé que cela nous permettra d'enclencher une nouvelle dynamique pour notre filière.

Notre activité, à l'image de notre territoire, est très diversifiée. Les climats, les reliefs, les sols, les hommes, ont façonné des paysages et une agriculture d'une très grande richesse culturelle et patrimoniale ; des paysages et des produits qui émerveillent.

Toutes ces spécificités font de notre département un territoire attrayant pour les jeunes porteurs de projets innovants et nous devons tout mettre en œuvre pour bien les accueillir et bien les accompagner.

Dans les années à venir, notre agriculture devra renouveler 50 % de ses acteurs et c'est un véritable défi et une réelle opportunité de changement qui s'offrent au milieu agricole.

L'agritourisme aura un rôle majeur dans le maintien des structures diversifiées et créatrices d'emploi dans les zones défavorisées de notre département, tant les possibilités de développement et de valorisation de nos activités sont importantes. Pour cela il nous faudra bien sûr mobiliser tous les acteurs, les partenaires, les consommateurs et nous professionnaliser, nous structurer afin d'adapter notre offre au plus près des désirs de la clientèle.

Je voudrais vous faire part d'un témoignage récent de personnes accueillies dans une ferme du plateau ardéchois, notée sur le site de Bienvenue à la Ferme : « Super accueil, des gens formidables..., nous avons assisté à la naissance d'un veau, une merveille de petite femelle que nous avons surnommée Monique. Nous reviendrons dans cette ferme et je conseille aux campings caristes de s'arrêter car en plus de l'accueil il y a de bons produits à la vente. Amitiés à la famille ROLAND et leurs enfants. A très bientôt ». Ce témoignage chaleureux nous encourage à poursuivre nos travaux sur l'agritourisme tous ensemble pour développer un accueil personnalisé de qualité qui réponde à la demande de nos clients et pour proposer des séjours émerveillants à tous nos visiteurs.

Une étude réalisée l'année dernière faisait apparaître le constat suivant :

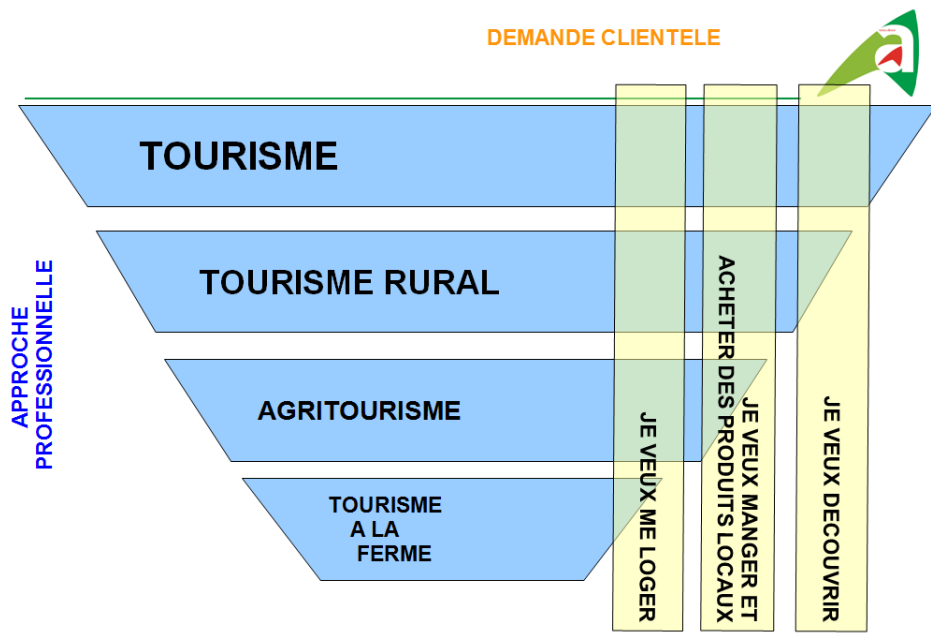
- Une offre agritouristique peu lisible et peu structurée.
- Une richesse dans les produits, les labellisations de produits, l'accueil.
- Beaucoup de réseaux.

Nous observons peu d'articulation entre ces démarches pour développer une offre immersive globale et transparente pour le client.

Nous devons pour commencer choisir une définition et vous proposer celle-ci, que nous avons trouvée sur Wikipédia, 2016 : « *l'agritourisme, on l'assimile parfois au tourisme agricole ou encore au tourisme à la ferme, est une forme de tourisme dont l'objet est la découverte des savoir-faire agricoles d'un territoire, et par extension des paysages, des pratiques sociales et des spécialités culinaires découlant de l'agriculture. Il s'agit d'une des formes du tourisme rural, qui lui caractérise l'ensemble des pratiques touristiques ayant le milieu rural comme finalité, non exclusivement dans sa dimension agricole* ».

Cette définition, validée en groupe professionnel de la Chambre d'Agriculture, est plus large que la définition largement pratiquée à ce jour et englobe aussi la vente de produits fermiers en dehors de l'exploitation (marché, Vente Par Correspondance, salons, ...) jusqu'au prolongement de l'activité agricole.

L'ADT a défini l'agritourisme de façon très proche (AG Ardèche le Goût 2015) : « *Composante socle du tourisme rural (ou tourisme vert). Il regroupe les services d'accueil, d'hébergement, de restauration mais aussi de découverte du milieu agricole et rural et de ses activités spécifiques* ».



Ce schéma résume notre approche, le tourisme à la ferme (qui se pratique exclusivement sur l'exploitation agricole) est la déclinaison ultime de l'agritourisme qui inclut la vente de produits sur les marchés, les VPC.

L'agritourisme est une composante du tourisme rural (qui inclus l'activité des autres acteurs en milieu rural : artisans, commerçants, industriels, sites touristiques,...).

La demande de la clientèle : dormir, manger, acheter et se divertir, peut être satisfaite à chaque niveau.

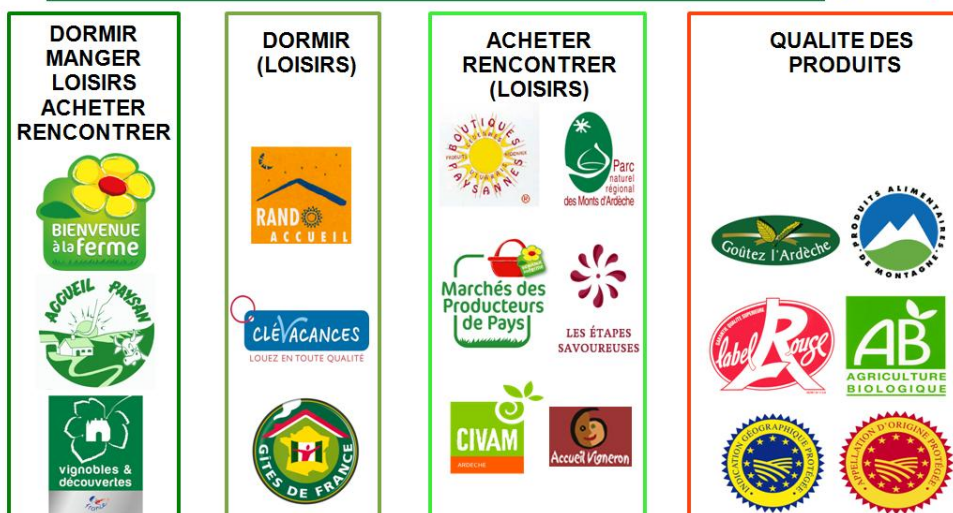
Enjeux

~~Statut quo => un agritourisme diffus et peu lisible~~

Répondre à la promesse client

Structurer l'offre agritouristique pour qu'elle devienne une composante de l'émerveillement

L'offre



Beaucoup de labels, c'est compliqué pour les touristes. Manque de fluidité pour trouver l'offre. Tous ces labels, hérités de l'histoire, traduisent aussi l'attractivité du département. L'agritourisme n'avait jusqu'à présent pas besoin de s'organiser collectivement pour exister. A l'avenir, son développement devra nécessairement passer par une structuration de ses réseaux, une organisation à créer ensemble (partenaires, réseaux,...).

La question que l'on peut se poser est bien sûr : comment communiquer sur la multiplicité de l'offre tout en gardant son identité ? Les étapes savoureuses, par exemple, regroupent les bonnes adresses du tourisme gourmand.

L'étude réalisée par l'ADT pose le constat d'une offre agritouristique diversifiée et peu lisible pour le consommateur. On trouve des réseaux, des marques, qui couvrent des activités différentes : hébergement, restauration, vente, activités,... avec parfois une confusion avec les labellisations des produits (qui sont là avant tout pour différencier des produits en circuits longs). Tous ne sont pas représentés ici, c'est juste une illustration de la richesse (et de la complexité) de notre filière qui n'en est pas encore une ! L'agritourisme ne manque pas de réseaux, de marques, de labels, mais le manque d'interconnexion entre eux rend l'accès à cette offre plus difficile pour le touriste.

Ce constat, que nous partageons depuis plusieurs années, nous a amenés en 2015 à proposer un travail avec les principaux réseaux actifs sur le département afin de dégager des axes de travail pour améliorer la lisibilité de l'agritourisme.

Ces temps d'échange ont permis de définir 7 valeurs partagées et un état d'esprit.

Réflexion



.2015 : travail conduit en partenariat avec CIVAM / Accueil Paysan / ADT/ FDTR/ BAF / Chambre agriculture et avec la participation de l'ADT => 7 valeurs partagées (FDTR/Accueil Paysan/BAF/CIVAM/ CA)

- 1 – **Accueil** par des agriculteurs, sur des exploitations à taille humaine respectueuses du vivant/nature
 - 2 – **Authenticité** (accueil vrai et personnalisé, être disponible, à l'écoute, « supplément d'âme »)
 - 3 – **Respect** du client/qualité du produit (promesse client-sincérité)
 - 4 – Créer du lien/échange et **partage**
 - 5 – **Être ambassadeur** (de son métier, de ses produits, de son terroir)
 - 6 – Être **acteur de son territoire** tout au long de l'année
 - 7 – Être **ouvert et complémentaire** avec les autres acteurs du tourisme (travailler en réseau, en interne : acteur de l'agritourisme / et en externe : avec les OT, les grands sites, les musées...)
- État d'esprit:**
*Avoir une approche positive de son territoire
Être à l'écoute des visiteurs et avoir une approche pédagogique*

Ce travail n'avait pas pu aboutir en 2015 à la définition d'objectifs partagés mais des actions communes, comme l'organisation d'un éducateur conjoint avec les partenaires, posaient les premières pierres de cette collaboration.

En 2016 nous souhaitons relancer et poursuivre ce travail pour définir les bases d'une structuration de l'agritourisme en Ardèche, dans un objectif de co-construction.

Les perspectives



. Contribuer au maintien des structures agricoles diversifiées et créatrices d'emplois

=> **co-construire un projet agritouristique pour le département**

=> nous souhaitons poursuivre les travaux initiés en 2015 avec tous les acteurs de l'agritourisme et du tourisme rural pour bâtir un projet ambitieux qui contribuera à l'émerveillement.

La Chambre d'Agriculture de l'Ardèche et le conseil d'administration de Bienvenue à la Ferme se sont réunis en mars 2016 pour reprendre ces travaux, analyser les causes du non aboutissement de l'organisation 2015. Pour cela nous avons souhaité changer de méthode et proposer un objectif et une première ébauche de plan d'actions. Ces propositions sont entrain d'être soumises au CIVAM, à Accueil Paysan, pour lancer la discussion. En proposant un projet « martyr » nous souhaitons mobiliser des partenaires pour bâtir ensemble une stratégie pour l'agritourisme.

Notre proposition



« Contribuer à organiser une **offre agritouristique structurée et lisible** pour le client à l'échéance 2020 »

Ce plan d'actions a besoin d'être enrichi et abondé avec les idées et les projets de chacun pour permettre l'expression de la diversité des points de vue. En mettant en commun nos ressources et nos expériences, nous appréhenderons mieux l'agritourisme et nous serons mieux à même de le promouvoir dans toutes ces composantes et en toute clarté pour le client.

Nos propositions



Cette stratégie est déclinée en **objectifs opérationnels quantifiés pour 2020** :

- **80 % des acteurs** de l'agritourisme labellisés ou signataires d'un cahier des charges sont **identifiés** sur [Apidae](#),
- **50 % des structures** proposant une offre agritouristique sont **labellisées** (quelle que soit la marque ou la labellisation),
- les acteurs de l'agritourisme définissent **10 offres thématiques de séjour** qui participeront à créer du lien et des échanges entre les différentes marques, ces offres pourraient être communiquées via le site de l'ADT avec une page « agritourisme » ?
- définir un **cahier des charges/chartes des « émerveilleurs »** pour préciser les engagements, les obligations de communication/d'échange au-delà de leur propre structure/propres marques
- recruter des « **émerveilleurs** » **professionnels et formés** pour porter la stratégie marketing de l'ADT et participer à la mise en place des offres thématiques

Merci de votre attention.

Corinne AUDOYER : l'émerveillement c'est imaginer plein de choses, c'est se lâcher. On se trompera mais si on ne se trompe pas c'est qu'on a pas essayé. Il faut essayer. Il y a des idées toutes simples, nous l'avons vu avec les journalistes à Lyon le 30 avril dernier. On leur propose des choses très simples comme de garder les enfants pour qu'ils puissent sortir en amoureux durant leur séjour en gîte. Il faut imaginer des choses au niveau des services. En hors saison, les visiteurs qui viennent en hébergement ont du mal à trouver des sites ouverts. J'ai personnellement un hébergement de quatorze personnes et des sites sont prêts à ouvrir pour un groupe. Un travail est à faire avec les offices de tourisme et les sites pour mettre en place des jours d'ouverture hors saison pour les sites qui le souhaitent.

L'objectif est que les primo-visiteurs qui viennent en hors saison soient contents. Des échanges avec des blogueurs citadins ont mis en évidence d'autres façons de vivre, par exemple sans voiture. Ce qui nous amène peut-être à inventer la mobilité, quand on est hébergeur, sans compter seulement sur les pouvoirs publics. Libre court à l'imagination.

Hervé SAULIGNAC Président du Département de l'Ardèche

Je salue la belle équipe de l'ADT et son Président Laurent UGHETTO ainsi que les professionnels du tourisme. Je remercie les conseillers départementaux pour leur présence.

Je suis ravi que l'ADT ait choisi Lamastre pour tenir son assemblée générale. Cela rappelle notre application à soutenir toute l'Ardèche. Le pire serait que certains territoires imaginent qu'ils sont oubliés. La Caverne du Pont d'Arc est une formidable locomotive qui doit être soignée, elle doit profiter à tout le territoire. J'ai depuis très longtemps un attachement très fort pour la question touristique et parler de l'Ardèche c'est parler du tourisme ; Il conditionne de nombreux pans de notre économie. La vertu du tourisme est de servir l'attractivité, donc l'économie dans toute sa dimension. Professionnels du tourisme, vous êtes utiles à la globalité du département. Il faut mesurer tout le travail accompli ces dernières années. Je salue Jacques MANGEANT qui y a contribué. Je veux saluer l'ADT qui a réussi à évoluer et à s'adapter très rapidement à la série de bouleversements de ces dernières années en fournissant une intensité de travail assez remarquable.

L'Ardèche est en pleine accélération, l'ouverture de la Caverne du Pont d'Arc a modifié l'image du département. La réhabilitation du Pont d'Arc est en cours et l'aménagement du site du Gerbier doit devenir l'appui d'une nouvelle offre Montagne. Une grande communauté de communes sur la montagne va être un acteur nouveau.

La stratégie de marque territoriale, à mettre à l'actif de l'ADT, est un bouleversement majeur. Un choix pertinent a été fait, on recherche l'émerveillement partout. L'intelligence est d'avoir pris conscience que la collectivité (Département) et l'ADT doivent s'effacer devant cette marque en se mettant en retrait. Quand Melvita dit « cela m'intéresse et je veux cette marque sur mes produits », nous avons réussi. Partager notre marque en fait une démarche gagnant/gagnant. L'Ardèche est numéro un sur le podium français des destinations rurales.

A l'issue de l'année 2016, nous devons pouvoir affirmer incontestablement que nous sommes les premiers. Nous pouvons y arriver à travers notre stratégie de marque ; elle doit être porteuse de sens. Nous devons marcher sur deux pieds ; la dimension nature est bien ancrée, la dimension culture est à développer et à conforter. Le travail engagé doit être poursuivi. Cette destination nature et culture a un bel avenir. Du travail reste à faire avec le Train de l'Ardèche pour valoriser sa dimension culturelle. Il faudra faire attention à ce que la Caverne du Pont d'Arc n'écrase pas les autres sites, c'est important et l'ADT y veille. La dimension nature est très importante et doit évoluer positivement. Ce doit être une nature vivante, innovante, créatrice, qui nous parle. Vous viendrez en Ardèche pour le Pont d'Arc, le vélo,... mais vous y reviendrez pour ses habitants. Derrière le vélo il y a la qualité de vie. Un territoire sur lequel on fait du vélo dans de bonnes conditions prend soin de ses habitants et de ses visiteurs.

Je n'oublie pas ce qui est à cheval entre la nature et la culture, notamment la gastronomie. L'Ardèche a quelques beaux atouts : des étoiles Michelin, les Toqués de l'Ardèche,... Il y a là aussi des émerveilleurs. La Drôme a pris l'initiative de créer la Cité de la gastronomie. Elle a sollicité l'Ardèche pour participer à cette ouverture qui prend la forme d'un itinéraire Dijon/Lyon/Valence/Avignon. L'Ardèche veut bien s'associer mais pas seulement pour mettre des produits ardéchois en vitrine. L'idée est d'avoir une antenne en Ardèche. Il faut se souvenir qu'Olivier DE SERRE était le Bill GATES de l'économie de l'époque. Cet agronome a permis de sauver la France de la famine.

Le Président du Département est heureux de son ADT et de ses administrateurs élus et professionnels qui forment une équipe de qualité, avec son Président, son Directeur et ses collaborateurs.

Le catalyseur c'est l'Ardèche et il faut continuer à servir la cause de l'Ardèche, avec des élus et des professionnels engagés. Faire la promotion de l'Ardèche c'est ne pas oublier de parler aussi aux ardéchois et leur dire qu'ils ont de la chance d'habiter un aussi beau territoire.

Le Président de l'ADT remercie les bénévoles de l'association Ecran village pour leur aide toute au long de cette journée et de cette réunion.

Il remercie les participants pour leur attention et les invite à partager un moment convivial autour du buffet proposé par la Ferme du Châtaignier, la Ferme Auberge de Jameysse et les producteurs locaux.