
**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITE DE DIRECTION
Séance du 13 décembre 2012**

Date de convocation :
Le 21 novembre 2012

Nombre :
- délégués titulaires : 17
- de présents : 9
- de votants : 9

- délégués suppléants : 12
- de présents : 0
- de votants : 0

L'an deux mille douze, le 13 décembre à seize heures, le Comité de Direction s'est réuni en session ordinaire sous la présidence de **Monsieur Guy HUART**, Président, suite à la convocation qui lui a été faite le 21 décembre 2012.

Étaient présents (9) :

M. Gérard DELMOTTE, Mme Annie DENIS, Mme Yveline DRUELLE, Mme Elizabeth GONDY, M. Guy HUART, M. Michel LATAWIEC, Mme Valérie LÉTARD, M. Jean-Marie RICHEZ, Mme Renée STIEVENART

Absents excusés et non représentés : (6)

M. Laurent DEGALLAIX, M. Hervé BROUILLARD, M. Jacques SCHNEIDER, Mme Laurence PÉAN, Mme Monique GUILBERT, M. Bernard KAMINSKI

N° d'inscription de l'acte
soumis à l'obligation de
transmission au Représentant
de l'État :
12/26

Secrétaire de Séance :
Mme Isabelle DUSCHET

Vu le Code du Tourisme, et notamment ses articles L133-1 et suivants,

Nos Réf : ID/VL

Vu la Convention portant missions et objectifs intervenant entre Valenciennes Métropole et l'Office de Tourisme

OBJET :

Vu les statuts de l'ÉPIC, approuvés par le Comité de Direction du 15 juin 2012 et notamment les articles 1 et 4 ;

➤ Plan d'actions 2013

Afin de répondre aux attentes de la convention d'objectifs fixés par Valenciennes Métropole, il convient de définir un plan d'actions pour l'année 2013, avec un plan de communication et un plan Marketing, pour poursuivre l'engagement du développement touristique sur le territoire.

Ainsi fait et délibéré en
séance les jours, mois et an
suscités.

Le Président,
Guy HUART

Il est proposé au Comité de Direction un plan d'actions 2013 présenté en annexe 1:

Plan d'actions

Objectif général

- Observation statistique des actions de l'Office de Tourisme et les retombées économiques sur le territoire,

Sous-objectif 1

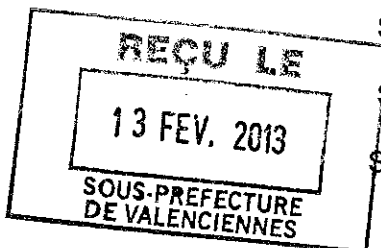
- Création du Service Congrès

Sous-objectif 2

- Communication et promotion

Sous-objectif 3

- Mise aux normes des labellisations AFNOR, Qualité et Agenda 21.



Plan de communication :

Chaque année l'OT élabore un plan de communication pour répondre aux attentes des visiteurs. Ainsi, tous les documents édités ont un rôle et un objectif précis en fonction de la clientèle cible à laquelle ils s'adressent (Annexe 2).

Plan marketing :

Le plan marketing présente les insertions publicitaires, réparties sur l'année et choisies selon différents critères : type de supports (magazine, radio, web...), zone de diffusion, cible et objectif visés. Il présente également le planning des salons touristiques et manifestations sur lesquels l'OTC VM fait la promotion du territoire. Le plan marketing permet à l'OTC d'avoir une vision synthétique de ses actions de promotion (Annexe 3).

Sur ces bases, il est proposé au Comité de Direction réuni le 13 décembre 2012,

- D'approuver le plan d'actions, le plan de communication et le plan marketing 2013

Après en avoir délibéré,

Le Comité de Direction

Par 9 voix pour, 0 voix contre, 0 abstention,

APPROUVE :

- Le plan d'actions, le plan de communication et le plan marketing 2013

Ont signé, au registre, les membres présents.

Pour extrait conforme,

Fait à Valenciennes, le 13 décembre 2012

Le Président.

