



AGGLO
PAYS
D'ISSOIRE

2019

Roche Charles La Mayrand



PRÉSENTATION DE LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE D'API Pôle Économie et Attractivité



Groupe de travail, le 25 mars 2019 à Orbeil

Minutes de la matinée du 25 mars 2019 à Orbeil

► Jean-Paul Bacquet, Président d'Agglo Pays d'Issoire remercie l'ensemble des prestataires et élus qui se sont rendus disponibles pour ce temps d'échanges autour de la stratégie de développement d'Agglo Pays d'Issoire (API) ainsi que la mairie d'Orbeil, pour l'accueil au sein de la salle du Chauffour.

Il présente et remercie également les intervenants de la matinée :

• **Monsieur Jean-François Jobert,**

directeur délégué d'Auvergne Rhône Alpes Tourisme

• **Monsieur Hugues Beesau,**

consultant, qui a accompagné la démarche.

Jean-Paul Bacquet salue également le travail du groupe d'élus et de la commission Tourisme d'API, qui a permis d'aboutir au document qui a été envoyé à tous préalablement à cette réunion et voté à l'unanimité du conseil communautaire.

Il rappelle ensuite ce qu'est API : une communauté d'agglomération réunissant aujourd'hui 88 communes pour environ 56 000 habitants. Ce territoire est structuré autour de la ville centre d'Issoire mais aussi des bassins de vie d'Ardes-sur-Couze, Brassac-les-Mines, Champeix, Saint-Germain-Lembron et Sauxillanges. API exerce de nombreuses compétences et notamment la compétence « tourisme », en lien avec le chef de file désigné par la loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République) : la Région.

La stratégie d'API doit s'inscrire dans la stratégie de la **Région, connue en mars 2018, et s'associer à sa « force de frappe ».**

Au niveau d'API, le travail a été réalisé en grande partie en interne. Ainsi, **le diagnostic**, a été repris de l'étude Protourisme de 2014, car les tendances restent vraies même si quelques chiffres ont pu varier. Il n'a pas été souhaité de se lancer à nouveau dans une étude longue.

Jean-Paul Bacquet rappelle les orientations qui ont été fixées à cette stratégie :

- Favoriser la dépense touristique
- Miser sur les familles et la **clientèle intra régionale** (dont Lyon bien sûr)
- Miser sur la **qualité et créer des singularités**

Le Président d'API rappelle ensuite l'objectif de la matinée : il s'agit de partager avec les prestataires une première étape : la stratégie de développement. Pour que chacun se l'approprié et y contribue. Pour que chaque structure y trouve sa place et identifie dans quelle mesure elle peut s'y associer. C'est aussi le moment de l'enrichir par des ateliers :

- Qu'est-ce que la stratégie va / doit apporter au territoire ?
- Qu'est-ce que la stratégie va / peut apporter à ma structure ?
- Quelles suggestions ?

Jean-Paul Bacquet précise enfin qu'une synthèse sera faite directement à la suite des ateliers et qu'après ce temps de travail, un temps convivial, autour d'un casse-croute, permettra de poursuivre la discussion.

Il cède la parole à Jean-François Jobert.

Intervention de Jean-François Jobert (JFJ), directeur délégué d'Auvergne Rhône Alpes Tourisme.

Le support de présentation est disponible sur www.issuire-tourisme.com/espace-pro/ ou peut vous être adressé en version papier sur simple demande à tourisme@capissoire.fr ou au 04.73.55.94.56.

› **Question** : Les salons n'apparaissent pas ou peu dans la stratégie régionale ?

› **Réponse** : La pertinence des salons évaluée par le biais du coût par rapport au nombre de personnes rencontrées reste faible. En effet, sur un salon, 5000 personnes, 10000 personnes sont rencontrées au maximum, tandis qu'avec la même somme investie dans le numérique, ce sont plusieurs centaines de milliers de personnes qui sont touchées, par exemple, par les **campagnes Facebook**. Les salons restent toutefois valables pour certaines clientèles ou thématiques, comme l'outdoor.

› **Question** : Pouvez-vous expliquer le terme de « spot » utilisé dans l'exposé pour indiquer que le territoire d'API n'en est pas un ?

› **Réponse** : Le terme de spot peut désigner un territoire qui est réputé pour une activité. Par exemple, les gorges de l'Ardèche pour le canoë.

› **Question** : Qu'est-ce qu'un hébergement hybride ? (diapo 3)

› **Réponse** : Il s'agit de nouveaux types d'hébergement, qui n'entrent pas dans les cases habituelles des hébergements : camping, gîte, etc... Par exemple, les nouvelles auberges de jeunesse, qui s'apparentent presque à de la colocation, les apart-hôtels, les hébergements en « bulle ».

› **Question** : Les chambres d'hôtes sont-elles encore aidées ?

› **Réponse** : Les chambres d'hôtes sont sorties des dispositifs régionaux, il reste toutefois des aides mobilisables au niveau européen, si l'hébergement est rattaché à une exploitation agricole.

› **Question** : Qu'entendez-vous par la clientèle « Jeunes » ?

› **Réponse** : Il s'agit des 8-25 ans, qu'on peut détailler en plusieurs tranches d'âge, les 8-11 ans, plutôt adeptes de snapchat, les 12-17 plutôt connectés sur instagram et les 18-25 qui passent principalement par Facebook.

› **Question** : Qu'en est-il du site internet de l'Auvergne ? Notamment ce qui était proposé pour la moto ?

› **Réponses** : Il n'y aura pas de site de destination d'Auvergne Rhône Alpes car ce n'est pas une destination en tant que telle. En revanche, les départements du Cantal et du Puy de Dôme se sont entendus pour mettre en œuvre un site Auvergne (Destination Volcans).

Jean-Paul Bacquet (JPB) : : Le travail de la région Auvergne sur la moto était remarquable, d'autant qu'il s'agit d'une clientèle à gros potentiel de dépenses, il ne faut pas la perdre.

JFJ : Il s'agissait en effet de l'édition de plusieurs road book sur le territoire. Destination Volcans pourrait les valoriser.

› **Question** : Comment s'intègre la route de l'Allier dans la stratégie de la Région ?

› **Réponse**

JFJ : La route de l'Allier est pour le moment au stade d'étude, menée par le Syndicat Métropolitain. La Région est associée aux groupes de travail. Pour le moment, la priorité est la U70, en tant qu'infrastructure et ensuite la valorisation de la rivière Allier. Ceci doit se faire en cohérence.

› **Question** : La U70 ne s'adresse-t-elle pas plus aux sportifs ?

› **Réponses**

JFJ : Non car à terme, ce sera une voie verte.

JPB : Il y a confusion, y compris pour les élus, entre les deux démarches la U70 / Voie verte d'une part et le travail du Syndicat Métropolitain d'autre part. L'Allier est certes une richesse, mais il faut la voie verte à côté, c'est la priorité également pour API.

› **Question** : Les clientèles cibles présentées ne correspondent pas toujours aux clientèles fréquentant nos activités : plutôt grand ouest ? Est-ce que la cible est la bonne ?

› **Réponses**

JFJ : Les cibles du grand ouest et de la région parisienne sont plutôt des clientèles naturelles de l'Auvergne. En revanche, il y a un enjeu fort sur l'intrarégionale qui constitue une forte réserve.

JPB : Il faut changer les habitudes. Besse est la première station de ski pour toute une partie nord ouest de la France. Mais par contre, les Lyonnais vont au sud, à l'est, vers les stations alpines, parfois au nord mais très peu vers l'ouest, vers l'Auvergne. C'est l'enjeu majeur.

Intervention de Hugues Beesau (HB), consultant.

Le support de présentation est disponible sur www.issuire-tourisme.com/espace-pro/ ou peut vous être adressé en version papier sur simple demande à tourisme@capissoire.fr ou au 04.73.55.94.56.

► **Question** : La méthode est surprenante, car le diagnostic a 4 ans et semble saucissonner les différents thèmes. Par ailleurs, il y a 12 accompagnateurs en moyenne montagne sur le territoire, qui sont aussi des médiateurs, ce n'est pas souligné. Pourquoi ne pas avoir gardé le même cabinet ?

► Réponses

Alexandre Duboc (AD) : Sur la méthode, le choix a été fait par les élus de ne pas relancer de concertation à ce stade, car le travail a déjà été fait et comme cela a été dit dans l'exposé, les constats sont vrais ou ont été amendés, mais le fait qu'il y ait 4 chambres d'hôtes de plus ou de moins ne change pas la tendance. Sur le changement de cabinet, l'échelle n'est en premier lieu pas la même, celle de huit communautés de communes auparavant, avec une association office de tourisme sur le territoire et une seule et même entité désormais, ce qui est facilitant et donc a influé sur la méthode : ne pas confier tout à un tiers mais se faire accompagner, sur la base d'un travail interne.

HB : Le rôle de médiation des accompagnateurs est évident. Le support présenté ici est une extrême synthèse de tout le travail réalisé, c'est pourquoi tout n'apparaît pas. Le diagnostic réalisé sur le territoire n'est pas « saucissonné » car l'approche réalisée a bien été globale. Mais pour l'appréhender dans toutes ses composantes et en tirer le meilleur, il est nécessaire d'identifier les thèmes qui sont les traits de personnalité du territoire sur lesquels s'appuyer pour distinguer l'Agglomération du Pays d'Issoire en tant que territoire de séjours.

► **Question** : N'est-il pas difficile de développer l'idée de partage et en même temps de numérique ? Le partage, n'est-ce pas le facteur humain ?

► Réponse

La démarche touristique repose avant tout sur l'idée de travailler ensemble, et de conjuguer les efforts. Le facteur humain reste primordial. Les visiteurs attendent des rencontres, du partage, des conseils...Le numérique reste un moyen, un outil au service du développement du tourisme, avant, pendant et après le séjour. Le numérique permet en outre de travailler ensemble et de démultiplier les actions collectives.

Remarque : le sport aérien doit être bien pris en compte. Il faut distinguer les vols « découverte » des plateformes comme Wingly qui sont du vol partagé. Issoire est un spot, par exemple, des étrangers reviennent régulièrement pour des stages. Des évolutions positives se font sentir.

► **Question** : Quand connaîtra-t-on le tracé de la voie verte ?

► Réponse

AD : La voie verte est sous la maîtrise d'ouvrage du Conseil Départemental du Puy de Dôme, qui en assure les études et mènera ensuite les travaux. API est un partenaire de terrain attentif et contribuera aussi financièrement. À ce stade, différents itinéraires sont encore étudiés notamment entre Coudes et Issoire (rive gauche ou rive droite). L'objectif est aussi, pour le département, de privilégier les chemins existants pour rendre les travaux plus faciles. De nombreuses réunions mobilisent les élus d'API et l'objectif est que le tracé soit fixé à l'automne 2019, pour des travaux à partir de 2021.

» **Question** : On ne voit plus la salamandre, elle n'est plus disponible à l'Office de tourisme ?

» Réponses

AD : Pour résumer, plus largement, à la création d'API, il a été souhaité de ne plus avoir qu'une structure de développement et donc l'association Office de tourisme a été dissoute et ses missions intégrées au sein d'API. Concernant les aspects graphiques, trois éléments ont été fixés : la salamandre et les couleurs vives, la barette reprenant ces couleurs et enfin deux virgules de couleur (orange et fuschia) qui reprennent la charte graphique d'API. La salamandre est présente sur le support de présentation de ce jour. Concernant l'autocollant salamandre, il y a une rupture de stock.

JPB : Nous en referons prochainement.

» **Question** : Un problème doit être soulevé, il existe encore des zones d'ombres en téléphonie et en 4G

» Réponse

JPB : On pourrait dire « Ce n'est pas notre problème » mais ce n'est pas le cas, il y a bien une réalité de manque de réseau de téléphone et de 4G sur le territoire, voire parfois des problèmes avec le réseau de téléphonie fixe. Ce n'est pas de la responsabilité d'API, ou de sa compétence. En revanche, nous mettons régulièrement la pression à Orange pour débloquer des situations, même si les évolutions sont encore trop lentes.

» **Question** : L'objectif de la région est de passer de la 9ème place à la 5ème place dans le classement européen des régions touristiques. Ceci devrait tirer tout le monde vers le haut. Comment peut-on mesurer le retour ? Avoir des idées du panier moyen par type de clientèles, de filières ? Cela permettrait d'orienter la stratégie marketing.

» Réponses

JFJ : Cela revient à poser la question de l'**observation touristique**. À l'échelle d'une Agglo, il n'apparaît pas pertinent de se lancer dans un observatoire qui sera très difficile à maintenir sur la durée. Il vaut mieux réaliser des enquêtes ponctuelles qui donnent des photos à un instant t.

HB : N'oublions pas qu'une grande part des données de l'observation, sont disponibles auprès des prestataires. Ce sont eux qui détiennent de nombreuses données du territoire. Il convient donc de travailler ensemble pour réunir, analyser et exploiter à bon escient ces données.

JFJ : Pour répondre à la question des retombées et des ratios, il y a sur le site régional un outil qui permet de faire des estimations : **le METT** (Module d'Evaluation du poids Touristique des Territoires) : <http://pro.auvergnerhonealpes-tourisme.com/article/utiliser-le-mett>.

JPB : Cette donnée des retombées est importante, car elle doit aussi être prise en compte dans les recettes potentielles des investissements menés par les collectivités.

› **Question** : Avez-vous des exemples de territoires ayant mis en œuvre des stratégies du type de celle présentée ?

› **Réponses**

SALLE : deux exemples, Nantes, Noirmoutier, qui ont mené des actions pour donner envie aux touristes de venir.

HB : **Il y a ici une notion de marque étendue qui est bien sûr l'Auvergne. API est un Territoire d'Accueil de cette marque.** On peut citer d'autres exemples : le Beaujolais est une marque internationale, notamment par le Beaujolais nouveau, quatre territoires s'en sont saisis et valorisent leur spécificité au sein de cette marque. Il en est de même par exemple pour le Périgord.

› **Question** : On parle beaucoup de collaboration, de mise en relation, de travail en commun. Quels outils ?

› **Réponse**

JPB : La démarche que nous faisons aujourd'hui est une première étape. Nous allons passer ensuite à des ateliers qui permettront d'approfondir ce sujet. Les outils seront définis par la suite, dans le cadre de la stratégie marketing.

› **Question** : Ne faut-il pas développer les classes de découverte avec différents thèmes ?

› **Réponse**

HB : C'est malheureusement une clientèle fortement en baisse au niveau national, notamment en lien avec la politique de l'Éducation Nationale, les responsabilités et les contraintes liées aux normes. API doit faire attention à sa responsabilité et n'encourager que les séjours dans des établissements totalement aux normes et impliquant des prestataires dûment autorisés.

› **Question** : Est-il envisagé de **travailler avec les territoires alentours** ou à des échelles plus grandes, par exemple, pour la communication ?

› **Réponse**

JPB : Oui, les partenariats sont importants mais il faut que les autres parties veuillent des partenariats

› **Question** : On est un territoire où les gens rayonnent, quelle complémentarité avec les autres territoires ? Par exemple, quand on fait des sorties sur le Sancy, elles ne sont pas annoncées à Issoire.

› **Réponses**

HB : Le territoire est en effet riche de pépites à découvrir sur place et entouré de sites majeurs très attractifs. Il faut en tirer profit et se positionner parfois comme un « camp de base », tout en incitant bien sûr à consommer local.

AD : Concernant la « limite » des territoires de compétences des organismes locaux de tourisme, en effet, nous n'avons pas accès au sein de la base de données régionale aux animations faites en dehors du territoire de compétences. Par contre, il y avait jusqu'en 2017, un tarif supérieur pour les prestataires hors API. Les élus ont souhaité qu'il n'y ait désormais qu'un seul tarif afin de ne pas pénaliser les prestataires.

RESTITUTION DES ATELIERS

À l'issue de ces temps d'échanges, trois groupes ont été formés pour répondre chacun aux 3 questions :

- Qu'est-ce que la stratégie va / doit apporter au territoire ?
- Qu'est-ce que la stratégie va / peut apporter à ma structure ?
- Quelles suggestions ?

➤ Trois groupes ont ainsi été animés par un binôme élu / technicien : Maguy Lagarde / Alexandre Duboc, Bertrand Livet / Camille Demure, Bernard Veissière / Marlène Gaydier.

Il en ressort les points suivants (sans hiérarchie) :

- Généralités : la stratégie doit permettre de **travailler sur l'identité et la notoriété du territoire**. Elle doit avoir pour but d'**augmenter la retombée du tourisme** par plus de nuitées, plus de consommation d'activité, de sorte à permettre aux acteurs de vivre de leurs activités, de se développer et développer de l'emploi.
- La valorisation, l'entretien des sentiers de randonnée sont à envisager pour **promouvoir l'itinérance**. Réfléchir aussi à l'itinérance équestre. La promotion globale des sentiers de randonnées semble à revoir.
- Un travail est à mener sur la **signalétique**.
- Les habitants du territoire sont aussi une cible de clientèles.
- Mettre plus en avant les produits du terroir, le **lien à l'agriculture** (fromages, vins,...).
- Le touriste n'a que faire des frontières administratives, il faut **se connecter aux territoires voisins**. API peut avoir le rôle de fédérateur des prestataires, mais aussi de **coordination des différents niveaux de collectivités** dans leurs actions sur le territoire (département, région, parcs,...). API doit aussi s'appuyer sur les autres collectivités pour des opérations (par exemple, participations à des salons).
- Pour les prestataires, l'idée d'un **kit de communication**, de présentation du territoire d'API est émise. Ce kit permettrait à chacun de mieux amener les visiteurs à parcourir le territoire et participerait à son identité. Ceci pourrait **prendre la forme de synthèse par filière ou par cible** (l'exemple des grands-parents recevant leurs petits-enfants est cité). Des présentoirs pourraient être envisagés.
- Un **évènementiel fort et identitaire** – peut-être itinérant – du territoire pourrait être à réfléchir pour développer la notoriété.



- La **notion de partenariat / adhésion** pourrait être questionnée pour aller plus vers des services payants mais une promotion générique (ex : carte touristique réservée aux adhérents).
- Pour la promotion du territoire et augmenter les retombées, peut-être avoir des produits vitrine, des exemples, même si le visiteur choisira à la carte ce qu'il souhaite faire.
- Réaliser des **éductours**, des journées portes-ouvertes, des « communiqués de presse » sur les nouvelles activités, permettrait aux prestataires de mieux se connaître et mieux connaître l'offre. Cela passe aussi par des rencontres régulières, une plateforme d'expression et d'échanges entre élus et prestataires.
- Pour l'accueil des visiteurs sur le territoire, on pense souvent aux bureaux d'information (certains participants en voudraient plus sur le territoire, d'autres estiment que c'est une modalité en perte de vitesse), mais **les prestataires sont aussi un maillon indispensable de l'accueil**. Tous les prestataires font de l'accueil, et pourraient être accompagnés par API.
- **Un accompagnement des porteurs de projets** créant une nouvelle activité et de ceux déjà existants est souhaité par les prestataires : sur les investissements (conseil, étude de faisabilité, ingénierie financière,...) et sur leur promotion (notamment dans le domaine numérique, par exemple, pour référencer les prestataires sur Google Maps, pour la rédaction de flyers...).



Hugues Beesau, après l'exposé de l'ensemble des idées provenant des ateliers, apporte des points de synthèse. Il remercie les participants et estime que le nombre de personnes présentes est un signal positif. Il remercie également le groupe de travail, **les équipes et Maguy Lagarde, vice-présidente en charge du tourisme**, avec qui il a eu – et aura – plaisir à travailler. Il résume les éléments fondamentaux :

API est un Territoire d'Accueil de la destination Auvergne, qui se caractérise par ses dimensions de slow tourisme : consommer local, favoriser des transports doux, prendre son temps alors que le quotidien s'accélère... API doit qualifier ses sites majeurs, et aménager d'autres sites, plus secrets, qui seront les pépites que les prescripteurs feront découvrir à leurs visiteurs.

En tant que camp de base, API doit par ailleurs développer des partenariats avec les territoires circonvoisins, en particulier dans l'objectif de développer les mobilités douces, en plein essor. Ce territoire a des atouts pour **développer le slow tourisme** mais il faut y **travailler ensemble**. Cette volonté ressort des échanges, il faut ainsi **monter collectivement en compétence**. Il précise que ce n'est aujourd'hui qu'une étape, et qu'il a bien perçu qu'**API sera aux côtés des prestataires touristiques**, pour avancer.

CONCLUSION DES TRAVAUX PAR JEAN-PAUL BACQUET

Jean-Paul Bacquet, en conclusion, met en exergue ce qui a été rappelé par Hugues Beesau : le tourisme est un **secteur hyperconcurrentiel**. Comme aujourd'hui l'offre est supérieure à la demande, seuls pourront exister ou se maintenir ceux qui auront fait les efforts de répondre aux exigences des clientèles actuelles et potentielles. Donc pour réussir, il faut toujours être le meilleur dans sa catégorie mais aussi travailler ensemble pour que le territoire soit remarqué. Le Président souligne la richesse des échanges, le souhait des prestataires d'en avoir d'autres, dans la durée, mais aussi le besoin de formations qui a été largement exprimé dans cette séance. Il est également rassuré car **les modes de pensée ont évolué** et il a beaucoup été évoqué la notion de territoire dans les échanges de cette matinée et non plus la notion de la structure gérée par chacun. Il rappelle que **le travail du jour se prolongera bien sûr par une seconde phase sur la stratégie marketing**. Pour finir, il indique que la tâche est certes immense, mais qu'API a une forte volonté d'aboutir.



➤ Liste des présents (émargement)

Virginie VIAL KILNER, auvergnezen.com
Véronique et Philippe DELAFORGE, Le Clos du Mouy
Thierry MASSOULIER, Ferme de Lambres
Maguy LAGARDE, Vice-Présidente API
Daniel GAIME, Aéro Club Pierre Herbaud
Gaëlle MAHOUDEAUX, Mairie de Brassac-les-Mines
Anne ROBIN, Mairie de Brassac-les-Mines
Raymond ASTIER, Maire de La Chapelle sur Usson, hébergeur
Michelle DUPONT, Au Coq Bleu Chambres d'Hôtes
André BRETOGNE, Gîte Les 2 roues Mareugheol
Jean-Pierre CHASSANG, Conseiller Délégué API et Maire de Verrières
Chloé FERNANDEZ, Le Clos du Grand Mas
Béatrice CAENEN, Chambre d'Hôtes L'Abrysoirienne
Patrice ROYET, Vice-Président Maison du Tourisme Livradois Forez
Jean-François JOBERT, Directeur délégué, Auvergne Rhône Alpes Tourisme
Fabien BESSEYRE, Brassac-les-Mines
Gisèle VIDAL, Orbeil
Francis CASTANEDA, Saurier
Hugues BEESAU, Hugues Beesau Conseil
Bertrand LIVET, Maire d'Usson
Christiane BALDIT, Mairie de Montpeyroux et Chambres d'Hôtes
Françoise BOURGNE, Maire du Vernet Chaméane
Fleur UNIQUE, La Ferme de Maily, Boudes
Yolande FOUILHOUX, Mairie de Sauxillanges
Catherine et Jean-Luc VERNERET, Chambre d'Hôte La Béalière à Lempdes sur Allagnon
Nicole BOUDON, Conseil Départemental du Puy de Dôme
Laura BERNHARDT, Agent API
Hervé DELAVAL, Espace VTT
Karin et Eric GOOSSENS, rigault.fr
Monique et Jean-Patrick LE GUEHENNEC, Gîtes de Goulapie
Adeline PEETERS, Stagiaire API
Bernard IGONIN, Vice-Président API
Josiane PARMENTIER, Gîte à Saint-Alyre-ès-Montagne
Mikaëla COULON, Gîte La Maison de Mika
Bernard VEISSIERE, Vice-Président API
Gilles GUERET, USI Tennis
Nadine HERBST, Maire de Lamontgie
Marie MARY, Ibis Budget Issoire
Catherine FOURNOL, Les Pieds dans l'Herbe
Dominique ROUFF, Gîtes et Abbaye de Mégemont
Magalie et Franck VAISSIERE, La Ferme de Magalie à Vodable
Alexia GREFFET, La Ferme de Magalie à Vodable
Yves CATTOIR, Chambres d'hôtes Margaridou
Marie DEMOULIN, Parc Animalier d'Auvergne
Emmanuel CORREIA, Station de Parrot et Forge du Luguét
Christophe RIVET, Gîte d'étape et séjour L'Ispargnide à Boutaresse
Corinne MONDIN, Présidente de la Maison du Tourisme Livradois-Forez
Pascal CHABROL, Buvette du Vernet
Jean-Pierre SAUVANT, Maire de Chadeleuf, Vice-président API
Cécile LADEVIE, L'Accueille des Pensées à Rentières
Hélène PELLETIER, Rando d'ici et d'ailleurs
Emilie DELERIS, Association Cultive ton Ciel
Véronique BARTHOMEUF, Conseil Départemental du Puy de Dôme
Mme et M. Patrick DEBAYLE, Gîte O et Découvertes
Olivier CHORUSZKO, La Montagne
Mireille VERRIERE, Association des Pailhats de Courgoul
Gérard VERRIERE, Gîte La Petite Pause
Michel CHENARD, Gîte Aux Lits du Ruisseau
David COSTON, Vice-Président API
Guy THINARD, B4 Issoire
Margait PRIGENT, Le Castel St Roch
Gérard GOURBEYRE, Maire d'Orbeil
Annie PELISSIER, Gîtes Les Terres Rouges et La Terrasse à Madriat
Elie BOYER, Egliseneuve des Liards
Marie-Hélène PAULZE, Courgoul
Pascale et Daniel TARRADE, Au Pardoinois
Julie LOBSTEIN, Agent API
Dominique LALANDRE, Le Jardin des Charmilles
Teresa et Jacques PAGESSE, Gîtes à Pardines
Christian BALAY, Auvergne en Marche
Marie-Agnès MONTANIER, Gîte de France St Babel
Anniélise et Christophe ASTIER, Trott'auvergne
Annie CHALVIGNAC, Le Figuier et La Belette
Jean-Paul BACQUET, Président API
Guillaume ROUSSET, Agent API
Alexandre DUBOC, Agent API
Camille DEMURE, Agent API
Marlène GAYDIER, Agent API



**AGGLO
PAYS
D'ISSOIRE**

> CONTACT

Agglo Pays d'Issoire (API)
Pôle Économie et Attractivité
Service Tourisme

95 PIT Lavour La Béchade
BP 90162

63504 ISSOIRE CEDEX

Tél. : 04 73 55 94 56
tourisme@capissoire.fr

www.capissoire.fr