

Pourquoi huit démissions au Conseil Municipal ?

Pour une meilleure compréhension, le document est volontairement simplifié. En cas de besoin, nous nous tenons à votre disposition pour toute information supplémentaire...

Quand 60% des membres d'un Conseil Municipal démissionnent, chacun est en droit de s'interroger sur la portée d'un tel geste qui désapprouve fermement la conduite du Maire...

Quand peu à peu, une « démocratie municipale » est remplacée par une « monarchie municipale » et que le travail de plusieurs commissions est balayé d'un revers de manche par le maire qui impose sa seule vision personnelle du sujet traité, les conseillers municipaux se doivent de réagir...

Quand ce même comportement s'accroît au fil des mois et touche un sujet des plus importants pour l'avenir de notre commune : « *l'organisation marketing et commerciale de notre station* », la responsabilité de chacun des conseillers municipaux est de s'élever contre ce déni de démocratie. Il est en effet, insupportable d'employer de telles méthodes pour faire passer en force une vision personnelle de ce projet, au mépris de la majorité du Conseil Municipal...

Il est incontournable et indispensable à la cohérence d'un projet politique que le Conseil Municipal se prononce sur des sujets d'importance, tel celui de *l'organisation marketing et commerciale du tourisme de Valloire* et que les satellites communaux (*SEM et Office du Tourisme*) soient les relais de mise en œuvre des décisions prises.

Dans le dossier épineux évoqué, le maire et le président de la SEM, percevant qu'une large majorité des conseillers municipaux n'était pas favorable à leur proposition d'organisation, ont manœuvré pour qu'aucun vote ne puisse être mis à l'ordre du jour d'un Conseil Municipal, malgré les nombreuses demandes successives.

Pour autant, à l'occasion d'une réunion informelle des conseillers municipaux, le choix d'une « place de marché* » a été unanimement validé.

Cependant, deux avis s'opposaient.

- L'un préconisant que la mise en œuvre de cette nouvelle organisation s'appuie sur l'Office du Tourisme dont c'est le rôle majeur dans notre station et dans le code du Tourisme.
- L'autre préconisant de confier ce rôle à Valloire Réservation, association privée de loueurs de la station.

Il restait donc, à re-débattre de la gouvernance de cet outil et attendre l'avis d'experts, notamment juridiques, pour une décision définitive du Conseil Municipal.

Sans attendre les retours d'expertises, monsieur le maire a décidé, avec le PDG de la SEM, de mettre en œuvre la deuxième solution...

De plus, depuis toujours nos clients utilisant les sites « Valloire.com » et « Valloire.net » arrivaient sur le site de l'office du tourisme. Depuis la décision de Mr le maire, sans le vote du conseil, « Valloire.com » abouti désormais sur le site de la centrale de réservation, semant le trouble sur internet...

En outre, le président de la SEM a confirmé son refus de permettre aux associations de loueurs (*hors Valloire Réservation*) d'accéder aux ventes en ligne de forfaits remontées mécaniques, au bénéfice de leurs clients...

Cette attitude ajoutée aux différents points évoqués précédemment, n'ont eu pour effet que d'exacerber la colère d'une majorité des Conseillers dont 8 ont choisi de démissionner, bien que préalablement, ces derniers aient demandé, une nouvelle et dernière fois, au maire de mettre aux voix, d'une part l'annulation de la décision de la SEM et d'autre part la mise en œuvre d'un outil de place de marché* à l'Office du Tourisme... **demandes une nouvelle fois refusées...**

Pour justifier sa position, Monsieur Le Maire s'est toujours réfugié derrière de faux arguments juridiques empêchant la mise en œuvre d'un outil de « place de marché » à l'Office du Tourisme.

Nous contestons formellement cette posture et en voulons pour preuve l'étude confiée au Cabinet DELSOL, Service juridique d'OFFICES DU TOURISME DE FRANCE, qui au travers de deux documents, **confirme toute la légitimité de l'Office du Tourisme à investir dans un outil de « Place de marché* » au service de l'ensemble des prestataires de la station, en laissant ainsi à la commune, la maîtrise de la commercialisation et non à la centrale de réservation (entité privée).**

De plus le Cabinet DELSOL nous a conseillé de mettre un terme, « sans délai » (SIC), à la convention liant l'Office du Tourisme à la Centrale de réservation, considérant les actions financées par Valloire Tourisme au profit exclusif de Valloire Réservations, comme « une aide publique illégale. » (SIC).

Enfin, il est important de préciser que nous n'avons jamais eu pour objectif d'écarter Valloire Réservations de ce projet, mais bien de l'intégrer dans cette nouvelle organisation Office du Tourisme, équipée d'un outil de « place de marché* », afin d'offrir à nos clientèles, le plus grand choix possible d'hébergements et de services.

...Un déni de démocratie...

***Qu'est-ce qu'une place de marché :**

Aujourd'hui 80% des clients à la recherche de séjours touristiques le font au travers d'internet, 70% des séjours sont achetés en ligne (E-commerce).

C'est un outil numérique qui facilite le parcours d'un client (touriste) en mettant celui-ci en relation directe avec un fournisseur (loueurs ou fournisseurs de prestations) et lui permet d'acheter un ou des produits en ligne par paiement sécurisé (séjours, forfaits, cours de ski,... par exemple).

Dans le projet qui nous intéresse à Valloire. Le client potentiel est orienté vers le site de l'Office du Tourisme au travers de différentes actions de webmarketing qui génère du flux (consultations sur le site).

Un fois sur le site, celui-ci est orienté vers une « fenêtre » incluse sur les pages web qui sont ouvertes et qui poussent l'internaute à réserver son séjour très facilement.

Le client potentiel saisit différents critères (dates de séjours, composition familiale, mode d'hébergement choisi, type de classement,...).

A partir de ces données, **l'ensemble des hébergements de Valloire correspondant à sa recherche et disponibles aux dates choisies, lui sont proposés.** Il peut également lui être proposé, en complément de son séjour, différentes prestations annexes (forfaits, cours de ski, location de matériel, mais bien plus, rando accompagnée, place de cinéma, ...)

Dès lors que le choix du client est fait, la transaction financière sécurisée peut être réalisée directement entre le client et le fournisseur, que celui-ci soit un particulier, une agence immobilière, une centrale de réservation, un prestataire autre,...

Pour autant la relation humaine n'est pas coupée dans la mesure où un contact téléphonique, mail,... peut être établi...

Précisons que dans notre modèle, l'adhésion à la place de marché est gratuite et ouverte à tous les loueurs et prestataires de service sous réserve de quelques règles incontournables (planning de réservations informatisé et à jour, classement des appartements pour les loueurs,...)

En outre, cette organisation nous permettra de constituer un fichier de clients et prospects –station exploitable au travers d'actions de webmarketing (info météo sur le trajet des vacances, remerciements, infos diverses,...) très utile pour la fidélisation de nos clients.
