

L'Office de tourisme de Lons-le-Saunier est un outil d'accueil et de promotion du territoire d'ECLA au service des **visiteurs** mais aussi des **habitants**.

Sa position géographique dans la ville préfecture lui confère également une dimension départementale.

Son principal métier : **ACCUEILLIR - INFORMER - PROMOUVOIR**

Rôle et mission d'un administrateur :

L'Office programme 4 conseils d'administration et 1 assemblée générale ordinaire par an.

Un administrateur qui ne siège pas au bureau a des missions simples et non chronophages.

Selon ses goûts il peut toutefois travailler directement avec l'équipe sur des sujets précis : développement durable, communication, réglementation, etc.

L'Office est administré par un conseil d'administration de 13 membres qui sont soit :

- élu(e)s désigné(e)s par le conseil communautaire
- professionnels du tourisme élus par l'Assemblée générale
- professionnels **issus du milieu économique hors tourisme pour deux d'entre eux.**

La création de 2 postes au Conseil pour des membres du milieu économique hors tourisme répond à une **volonté d'ouverture vers le milieu de l'entreprise**, la prise en compte des **tendances récentes en matière de comportements** et aussi d'un besoin réciproque de connaissance.

Une équipe

L'office compte 5 agents dans un organigramme en cercle dont le **centre est le client**.

L'Office a été certifié «**Qualité Tourisme**» par la Direction Générale des Entreprises (DGE) en novembre 2022.



Une équipe professionnelle

Attractivité touristique # Attractivité résidentielle

L'Office fait partie d'un **groupe de réflexion** des offices de tourisme de Bourgogne Franche-Comté consacré à l'**attractivité résidentielle**.

Il dispose de quelques outils de base pour mieux cerner et **personnaliser** le conseil en séjour.

Cet axe de travail sera une des actions phares de son **plan d'actions 2023**.

L'Office est régulièrement interrogé par des visiteurs sur le thème de l'**attractivité résidentielle**. Il peut s'agir :

- soit de futurs retraités cherchant un lieu de vie pour leur nouvelle vie ;
- soit de futurs employés d'entreprises ou d'administrations préparant leur installation ;
- soit d'entreprises ayant **besoin «d'arguments» de séduction**.

L'Office a donc mis en place une **procédure** permettant de répondre au mieux aux attentes de ces clients aux besoins moins «touristiques». L'Office souhaite créer une **gamme de produits** qu'elle pourra mettre à disposition. Par exemple : **journée(s) de bienvenue** (balades vigneronnes, soins au spa thermal, visite historique, etc.) mais aussi document «**tout savoir sur...**» recensant l'offre globale de services du territoire.

Le tourisme industriel

L'Office réfléchit à la façon dont les **fleurons industriels locaux** pourraient être davantage **valorisés** auprès des visiteurs et résidents.

Un groupe de travail dédié avec les représentants du milieu économique «hors tourisme» sera créé à cet effet.