



COMITÉ DE DIRECTION DE L'OFFICE DE TOURISME VALLÉE DE LA DORDOGNE

COMPTE RENDU DE SÉANCE

Mardi 31 janvier 2023
Biars-sur-Cère à 15 heures

Présents :

Élus (titulaires) : Nicole BARDI, Michel CHARLOT (visio), Jean-Pierre LASSERRE, Alain SIMONET, Jean-Claude FOUCHÉ, Jean-Pierre GUYOT, Pierre MOLLES, Bernard LE MÉHAUTÉ, Alain NOUZIERES, Antoine BÉCO, Mathieu GENTILHOMME (visio), Francis CANARD (visio).

Élus (suppléants votants qui remplacent titulaires absents) : Philippe LONGUEVILLE.

Socioprofessionnels (titulaires) : Matthieu GIETHLEN, Roselyne MONS (visio), Julien VINCENT (visio), Gwenaëlle LEPOUTRE, Philippe LEYMAT.

Socioprofessionnels (suppléants) : Maurice PRADAL, Aurélie LECANU (visio), Christine GUITTONNEAU, José MARTINEZ, Maxence VAN NIEUWENHUYSE (visio), Jean-Philippe FRANCE.

Procurations : Gérard LAVASTROU à Jean-Pierre LASSERRE, Djamila AICHOUBA à José MARTINEZ, Raphaël DAUBET à Antoine BECO, Jean-Marie BOUYER à Matthieu GIETHLEN.

Excusés : Nelly GERMANE, Gilles LIEBUS, Claire DELALANDE, Dominique LENFANT, Sébastien DUCHAMP, Lionel JEAN, Michel REYNAL, Lydia AUDUREAU, Frédéric HOBBE, Sylvain Piantanida, Yoann HEURTEVENT, Kévin DOLISY, Nadège CASTANDET, Robert PEYRILLOU, Jean-François ESCAPIL INCHAUSPE.

Le quorum est atteint.

Ouverture de la séance à 15h00.

Le président, Antoine BECO remercie les membres présents et donne lecture des membres excusés. Il informe les membres présents de la démission de M. François Ceyrac, le 29 novembre 2022, pour raison de santé. Son engagement sans faille au sein du comité de direction de l'OT depuis de nombreuses années, est salué. Nous aurons tous beaucoup de plaisir à retrouver François lors des temps d'échanges professionnels qui ponctuent la saison touristique.

Désignation d'un secrétaire de séance : Alain Simonet.

1. Approbation du compte-rendu du 10 octobre 2022

[> Document](#)

A l'unanimité

2. Débat d'Orientation Budgétaire 2023

Monsieur le Président remercie M. Alain Montourcy, conseiller aux décideurs locaux du secteur Gramat/Saint-Céré (Trésor Public), pour sa présence et ses conseils.

Camille LACHEZE assure la présentation du **Débat d'Orientation Budgétaire 2023** comprenant notamment le rapport d'activité 2022 et le plan d'action 2023.

[> présentation intégrale](#)

> **Bilan 2022** /p6

Politique qualité durable /p7

Renouvellement du classement de l'Office de Tourisme en catégorie 1 pour 5 ans par arrêté en date du 20 septembre 2022

Animation de la démarche qualité /p9

47 meublés de tourisme ont été classés en 2022

Déploiement du **plan d'action RSE** avec un travail important sur la **qualité de vie au travail**, une nouvelle charte qualité et des espaces dédiés aux "**produits d'ici**" au sein des 10 boutiques, de la communication écoresponsable en interne, mais aussi sur le web ("5 jours sans ma voiture en VD"), construction d'une **grille de critères RSE** pour identifier les **professionnels engagés** afin de les valoriser. /p10

Partenariat efficient avec les pros /p11 à 17

Dans le cadre de la mise en place d'une **nouvelle offre de services, visibilité offerte** à tous sur le carnet d'adresses du Magazine (455 prestataires), le site web (1261 prestataires), ce qui a entraîné une augmentation du nombre d'offres, notamment pour les meublés (+17%) et les restaurants (+22%). Aujourd'hui, ce sont 1 323 offres qui sont visibles sur notre site web.

Les services **Visibilité "plus"** restent payants : dépôt de dépliants, écrans TV, bornes tactiles, plans de ville (nouveaux plans à Argentat, Carennac et Aubazine). Lancement en 2023 de la régie publicitaire sur le site web.

Le développement de la **mise en marché des professionnels** s'est poursuivi /p14

220 000€ de CA direct a été apporté aux professionnels (+21%/2021), +3900 réservations réalisées depuis le site web de l'OT. Le CA global est en augmentation 3,7 M€ (+32,55%)/186 partenaires.

Des **opérations marketing** ont été organisées, 117 cartes-cadeaux vendues à l'occasion des fêtes de fin d'année pour un CA de 13 319€,

22 prestataires ont participé à l'opération.

Les **accompagnements numériques personnalisés** ont concerné 19 prestataires et des animations ont été effectuées dans un camping en août (30 participants) sur 4 événements, complétés par le démarrage d'ateliers collectifs hebdomadaires en décembre (Rocamadour, Meyssac, Argentat et Saint-Céré).

Une **refonte du site web "pro"** intègre des contenus plus étoffés et une organisation par filière. Des nouveautés ont été intégrées (boîte à outil "tourisme responsable", tutos numériques vidéos...), le tout dans un nouveau design en cohérence avec les autres sites web, responsive design...

www.vallee-dordogne.com/vd-pro

Antoine Béco précise que nous assumons ce choix de gratuité de nombreux services pour les professionnels. Conscients des impacts financiers pour la structure, nous privilégions malgré tout notre partenariat avec les acteurs touristiques.

Une **nouvelle organisation interne** est mise en place suite à l'accompagnement de Véronique Vidal (sept 2021-mars 2022) vers une nouvelle offre de services aux professionnels. Des coordinateurs locaux experts du territoire ont été désignés et deviennent les interlocuteurs privilégiés des acteurs locaux (pros, élus, commerçants, habitants ...). La proximité géographique est privilégiée à la filière.

Équipe et missions présentées / p 18

José Martinez suggère de matérialiser les secteurs géographiques des coordinateurs locaux sur une carte.

Un **poste de Chargée de partenariat** a été créé. Aude-Line Jallet a rejoint l'équipe le 16 janvier 2023. Elle se présente à cette assemblée et nous partage son parcours.

Un **bilan de la fréquentation touristique** est partagé, il concerne uniquement le périmètre de Cauvaldor, l'ADRT Corrèze n'ayant pas encore communiqué les données de la VD corrézienne. /p 21 à 23

Les indicateurs sont transmis par Lot Tourisme sur Cauvaldor, données issues de flux vision tourisme via la téléphonie mobile Orange. Nous relevons un retour des étrangers.

Sur le dossier **itinérance P/24**, la **qualification de l'offre de** randonnée pédestre est en cours côté Corrèze. Le jeu **Terra Aventura** a réuni 64 000 joueurs sur les 17 caches (+28%/2021). Une nouvelle cache est en projet au Pescher.

Sur le volet ingénierie au service de l'attractivité du territoire, Matthieu Suau nous a rejoints le 19 décembre 2022 sur le **poste de Chef de projet Avenir Montagnes Ingénierie** pour préparer et animer le projet de territoire, missions détaillées /p 25. Il est en charge de l'ingénierie financière, de la candidature à l'appel à projet ACTT et de l'observatoire. À son tour, Matthieu se présente.

Assurer la **notoriété de la destination et de ses acteurs** : /p 27 à p 37

Une **stratégie de communication multicanale**

> **Nouveau magazine** : diffusion auprès des habitants et nouveaux arrivants (40 000 exemplaires).

Au total 135 000 exemplaires édités, intégration de QR codes (14 631 pages vues sur le site web par ce biais).

> **Relations presse** : 30 accueils presse (TV, radio, presse écrite, blogs), 2 événements majeurs (la labellisation de 3 nouveaux Plus Beaux Villages de France et Le Tour de France cycliste avec l'arrivée du contre-la-montre à Rocamadour). 15 reportages TV/radio à forte audience - CVP : 500K

Des sujets phares : Tour de France, itinérance, roadtrip, rivière, aventures, truffe, tourisme écoresponsable...

> **Nouvelle médiathèque** en ligne, un nouvel outil à la disposition des médias, des pros avec des photos libres de droit. Nous l'avons enrichie en photos et vidéos via des reportages.

> **Campagne de communication autour du Tour de France** avec une stratégie de contenu web, RP, social media, mobilisation des pros... L'accueil presse avec Sylvain Chavanel a généré à lui seul une contre valeur publicitaire de 125 000 € /p30.

> **Site web** : +100 pages créées ou révisées (truffe, vélo, préhistoire, randonnée, parcs aquatiques, plus beaux villages, Corrèze, Lot ...) et des performances toujours supérieures aux sites des destinations touristiques du grand sud ouest (2 079 771 sessions et 4 596 294 pages vues).

> **Social média** /p36 : Des campagnes très performantes sur Facebook et surtout Instagram, le travail en interne avec le recrutement de Mélanie Petit en juin est bien visible.

> **Promotion à l'internationale** /p37

Le **contrat de destination Dordogne Valley** est relancé (marchés prioritaires UK, belge et néerlandais). Notre site web anglais va être mis à disposition du collectif.

Des actions en partenariat avec les membres du réseau Villes Sanctuaires en France : 5^e édition de "La 25^e heure" en octobre à Rocamadour (+400 pers), workshops Pologne, Inde, IWRT Fatima, nouveau site web Brésil, rencontre à Lourdes des directeurs de pèlerinages France et Europe...

Participation active aux actions du Groupe de travail Tourisme construit autour de l'Aéroport Brive Vallée de la Dordogne : IMM Londres en mars avec le CRT NA, campagne BtoC multisupports Bruxelles et Flandres, 2 accueils TO et presse en Vallée de la Dordogne...

Participation au **Club "Destination Groupes" ADN Tourisme** (30K€ de CA réalisés via ce club) et au collectif des agences et services réceptifs lotois (participation à Rendez-vous en France, organisation d'éductours...).

Bilan sur la commercialisation groupes : un CA à la hausse même si le nombre de groupes est inférieur à 2019 (année de référence), 287 000€ de CA dont 220 000€ apportés aux pros, 500 groupes accueillis avec 14 900 pers. /p38. De nouvelles offres commerciales ont été créées dans le cadre du développement de la microaventure, de nouveaux packages.

Poursuite de la **déclinaison de "L'étonnant voyage" dans toute la politique d'accueil**/p 40 à 47

> Nouveau bureau de Rocamadour : aménagement, pré-accueil

> Nouveau bureau de Collonges-la-Rouge : démarrage des travaux en novembre, présentation de la scénographie et des aménagement à venir

> Déclinaison de la marque sur tous les bureaux : ambiance, décoration...

Le travail mené avec des architectes TARA sur les bureaux d'Argentat et Beaulieu est présenté. Le carnet d'ambiance sera également exploité pour l'aménagement du nouveau bureau de Collonges. Le bureau de Martel est aujourd'hui trop étroit, le déménagement de ce BIT est jugé prioritaire.

Le **RoadBOOK**, nouvel outil du conseiller en séjour pour personnaliser le conseil client, a été expérimenté cette année et les bornes ont été remises en service.

Bilan accueil et information :

247 838 personnes ont été accueillies dans nos 10 BIT. En été, un accueil itinérant a été renouvelé en Xaintrie et le TUB fut installé en pré-accueil à l'Hospitalet (Rocamadour). Ce sera reconduit en 2023.

Il est signalé un déficit de visibilité et de signalétique du bureau de Rocamadour. =

Le CA Boutique billetterie est de 272 654 € (+9 %/2021). Les ventes de marchandises baissent de 17%, ce qui s'explique par notre choix assumé de valoriser les produits locaux (CA dépôt-vente de +104%/2021), qualitatifs et français.

31 sites de visite, spectacles et activités de loisirs nous ont confiés leur billetterie pour un CA de 177 281€ (+16%/2021).

Suite au travail préparatoire pour la **gestion de l'accueil et des visites du Barrage du Chastang**, la convention est lancée pour 3 ans et nous avons recruté un collaborateur pour gérer le site. Missions attendues voir p50

Camille Lachèze présente ensuite le **bilan social** avec les différents mouvements de personnel, les actions menées en faveur du développement de compétences (1366 heures de formation et un budget de 14 250 €), et de la QVT (qualité de vie au travail). voir p 53 à 55

Le **bilan financier provisoire** fait apparaître un résultat d'exploitation prévisionnel d'environ 118 000 € dû au produit de la taxe de séjour (1 002 857,49 € sur cet exercice avec des produits N et N-1, augmentation du nombre de lits et des nuitées) voir p 58. Le résultat d'investissement prévisionnel s'élève à 5 372,46 €.

L'assemblée n'ayant pas de question ou remarque sur le bilan 2022, nous passons aux axes stratégiques 2023 avec en préalable une présentation des tendances du voyage 2023 p 61 à 63

En 2023-2025, il s'agira de s'appuyer sur la **démarche RSE** initiée au sein de l'OT pour mettre en œuvre un **projet de territoire responsable et performant**, menant à un **développement touristique toutes saisons, durable, équilibré**, respectueux de la biodiversité et des paysages, sobre en ressources naturelles et foncière.

Pour cela, plusieurs axes stratégiques sont détaillés :

- **Répartir les flux touristiques dans le temps et dans l'espace** : renforcer l'occupation touristique sur les ailes de saison et le maillage du territoire pour limiter la surfréquentation
- **Développer une offre diversifiée d'écotourisme** : itinérance pédestre, canoë, vélotourisme, mobilités douces...
- **Valoriser les circuits courts** : mettre en avant les produits locaux issus de pratiques agricoles respectueuses de l'environnement ; les savoir-faire à travers l'artisanat d'art
- **Favoriser l'attractivité économique et résidentielle** : pallier aux difficultés de recrutement, de maintien des populations et d'accueil de nouveaux arrivants
- **Nouer un partenariat de confiance avec les partenaires** : favoriser la visibilité des professionnels du tourisme, animer le réseau, se positionner en tant qu'apporteur d'affaires
- **Asseoir la notoriété de la destination** auprès des clientèles françaises et de proximité, contribuer à la réussite des actions sur les marchés extérieurs (contrat de destination Dordogne Valley)
- **Transformer l'expérience voyageurs** : décliner "l'étonnant voyage" dans toute la politique d'accueil du territoire
- **Poursuivre l'évolution du modèle économique de l'EPIC** : ingénierie financière, politique commerciale, gestion d'équipement, taxe de séjour, régie publicitaire et services

Les objectifs stratégiques 2023 sont ensuite présentés :

1/Une politique qualité durable :

- Poursuite du plan d'action RSE en interne : 25 000 €

- > Qualité de vie au travail
- > Politique d'achat responsable
- > Communication écoresponsable
- > Formations, montée en compétences des équipes
- > Démarche Qualité Tourisme interne et de destination

- Accompagnement des pros vers un tourisme plus responsable : 15 000 €

- > Sensibiliser : conférences, webinaires, formations...
- > Qualifier : audits de terrain à partir de la grille d'évaluation
- > Promouvoir : gazette, nouvelle rubrique du site web, social media

- Mise en œuvre de la nouvelle organisation interne : 5000 €

- > Formation et accompagnement des coordinateurs locaux
- > Animation du réseau local
- > Diffusion de l'information

2/Un partenariat efficient avec les pros :

- Développement de la notoriété et de la mise en marché des pros : 10 000 €

- > Lancement de la régie publicitaire sur le site web
- > Opérations marketing, évolution des contenus en ligne
- > Nouveaux partenariats commerciaux : groupes, vente en ligne
- > Evolution du contenu du carnet d'adresses 2024

- Qualification de l'offre et montée en compétences : 5 000€

- > Accompagnement numérique
- > Vente en ligne (focus sites et activités)
- > Qualité Tourisme - RSE
- > Hébergement pêche
- > Classement des meublés

- Mise en réseau et communication : 5 000€

- > Organisation de nouveaux événements et rencontres pros
- > Stratégie de communication pro

3/Une ingénierie au service de l'attractivité du territoire :

- Construction du projet de territoire 2023-2025 : 8 000 €

- > Formalisation du projet de territoire, programmation, en cohérence avec les documents stratégiques territoriaux et les attentes des partenaires
- > Mise en œuvre du programme d'actions et animation de l'équipe projet du plan Avenir Montagnes

- Accompagnement des projets de territoire et des politiques régionales :

- > Candidature à l'appel à projet ACTT Nouvelle Aquitaine
- > Nouveau contrat Grands Sites Occitanie
- > Accompagnement des porteurs de projet publics et privés
- > Suivi des projets structurants (itinérance douce, attractivité...) / 21 000 €

- Création d'un nouvel observatoire : 4 000 €

- > Audit, collecte, analyse et exploitation
- > Communication auprès des partenaires

4/La notoriété de la destination et des acteurs :

- Stratégie de communication multicanale :

- > **Marque** : évolution du brandbook /18 000 €

- > **Magazine** : diffusion auprès des nouveaux arrivants /88 000 €
- > **Site web** : audits algorithmique et UX /20 000 €
- > **Relations presse** : accompagnement par une agence RP /23 000 €
- > **Social media** : TikTok et LinkedIn /5 000 €
- > **Médiathèque** : Pinterest, reportages photos, photothèque /7 000 €
- **Campagne de communication "art de vivre en VD" : 28 000 €**
 - > Production de contenu, netlinking, RP, social media...
- **Promotion à l'international, commercialisation avec les partenaires : 16 000 €**
 - > Contrat de destination Dordogne Valley
 - > Villes & Sanctuaires de France
 - > Destination Groupes ADN, CRT, Collectif agences et réceptifs lotois...), réseaux partenaires

5/L'expérience voyageurs transformée :

- **"Létonnant voyage" décliné dans toute la politique d'accueil : 90 000 €**
 - > Nouveau bureau de Collonges-la-Rouge : scéno, aménagement
 - > Travaux de modernisation des bureaux de Beaulieu et Argentat
 - > Aménagement de tous les bureaux : ambiance, déco, boutique...
 - > Accueil chez les partenaires : pros, commerces...
- **Évolution des outils d'accueil pour personnaliser le conseil : 7 000 €**
 - > RoadBOOK : nouvel outil du conseiller en séjour
 - > Nouveaux guides de visite et plans de ville
- **Gestion d'équipement au Barrage du Chastang : 15 000 €**
 - > Accueil, promotion, communication, mise en réseau
 - > Stratégie commerciale, construction et qualification de l'offre
- **Développement de la microaventure, offre groupes renouvelée : 1 000 €**
 - > Nouvelle brochure groupes
 - > Nouvelles visites guidées GIR et micro aventures

Le **budget primitif provisoire** de l'exercice 2023 est présenté comme suit :

CHARGES D'EXPLOITATION	BP 2023
CHARGES À CARACTÈRE GÉNÉRAL dont réserves	760 310,00 €
CHARGES DE PERSONNEL	1 549 000,00 €
AUTRES CHARGES dont dépenses imprévues	40 415,05 €
OPÉRATIONS D'ORDRE DE TRANSFERT ENTRE SECTIONS	444 222,12 €
	2 793 947,17 €

RECETTES D'EXPLOITATION	BP 2023
ATTÉNUATION DE CHARGES	30 000,00 €
PRODUITS DES SERVICES	274 000,00 €
DOTATIONS	756 000,00 €
AUTRES PRODUITS Taxe de séjour	950 000,00 €
PRODUITS EXCEPTIONNELS	90 000,00 €
RÉSULTAT REPORTÉ PRÉVISIONNEL	693 947,17 €
	2 793 947,17 €

Budget actions stratégiques 2023	Total TTC
Politique qualité durable	45 000 €
Partenariat efficient avec les pros	20 000 €
Ingénierie au service de l'attractivité	33 000 €
Notoriété de la destination et des acteurs	205 000 €
Expérience voyageurs transformée	181 000 €

Les investissements programmés s'élèvent à 153 440 €.

- **Matériel informatique** : renouvellement et équipement de nouveaux postes (Barrage du Chastang, chargée de partenariat...) / 9 000 €
- **Installations générales, agencement et aménagements** : back office Rocamadour, open space St Céré, Argentat et Beaulieu (études) / 70 000 €
- **Site internet** : audits site web UX et algorithmique / 14 440 €
- **Mobilier boutique promotion** : déclinaison de l'Étonnant voyage sur les bureaux accueil et chez les pros, Xaintrie itinérance, Chastang / 30 000 €
- **Achat d'art** : reportage photos, vidéos / 5 000 €
- **Véhicules** : 1 ou 2 véhicules (fin de leasing) / 25 000 €

M. Montourcy revient sur l'audit de régie effectué en octobre 2022 sur les trois régies. Le fonctionnement, la gestion des stocks et le suivi des comptes ont donné lieu à un rapport. Afin d'optimiser le fonctionnement des régies, il est proposé de se contenter de ne comptabiliser que la recette nette. Une modification de nos régies de recettes en régie de recettes et avances va intervenir, seule la marge entrera dans notre budget. Le BP 2023 provisoire tient compte de ce changement.

Le débat d'orientation budgétaire ainsi présenté est proposé au vote.

Vote à l'unanimité

3. Admission en non-valeur des créances irrécouvrables

Le Trésorier Principal a adressé à l'Office de Tourisme Vallée de la Dordogne une liste de créances dont certaines remontent à l'année 2018 et qui ne peuvent plus faire l'objet de poursuites pour diverses causes (disparition ou insolvabilité du débiteur...). Le montant des créances s'élève à 760 €.

Considérant que désormais, les poursuites engagées sont sans effet, il est proposé aux membres du Comité de Direction une admission en non-valeur des créances irrécouvrables pour un montant de 760€. Cette somme sera portée au budget 2023 (compte 6541 - admission en non-valeur des produits irrécouvrables).

Vote à l'unanimité

4. Autorisation d'engager, de liquider ou mandater des dépenses d'investissements jusqu'à l'adoption du budget primitif

Jusqu'à l'adoption du budget primitif 2023, l'ordonnateur peut, sur autorisation du comité de direction, engager, liquider et mandater les dépenses d'investissement, dans la limite du quart des crédits ouverts au budget de l'exercice précédent.

Conformément aux textes applicables, il est proposé de permettre à la Directrice de faire application de cet article.

Vote à l'unanimité

5. Modification du règlement intérieur de l'EPIC

Après consultation des membres du CSE, le règlement intérieur de l'EPIC a été modifié par délibération du comité de direction en date du 10 octobre 2022.

L'existence du dispositif de protection des lanceurs d'alerte (loi "Sapin 2" du 21/03/2022) y fut intégré. De plus, dans un but d'harmonisation entre la protection des lanceurs d'alerte et celle des victimes de harcèlement, cette même loi étend la protection contre le licenciement à toute personne qui a subi ou refusé de subir des agissements de harcèlement ou en a été témoin.

Après examen par l'Inspection du travail du règlement intérieur modifié, il est demandé de modifier des références à des articles du code du travail :

1.8 : Les harcèlements moral et sexuel et agissements sexistes : L 1321-2

3.3 : Les droits de la défense des salariés : L 1332-1 à L 1332-3

Il conviendra de communiquer à nouveau le règlement intérieur à l'inspection du travail et de le déposer au greffe du conseil des prud'hommes. L'affichage obligatoire sera également mis à jour.

Vote à l'unanimité

6. Modification des régies de recettes "commercial" et "boutique"

Il est rappelé qu'une régie de recettes "boutique" et une régie de recettes "commercial/séjours" ont été créées les 14 décembre 2015 et 23 février 2021.

Après audit et échanges avec le Trésorier Principal, il convient de modifier le fonctionnement actuel des services. Pour ce faire, il convient de transformer les régies de recettes actuelles en régies de recettes et d'avances pour faciliter le paiement des prestataires "Boutique" & "Commercial/séjours".

Les régisseurs nommés par arrêté et soumis à l'avis du comptable public encaisseront les recettes et paieront les prestataires par virement directement sur le compte DFT déjà existant.

Les régisseurs demanderont l'habilitation pour effectuer ces virements à la Direction Générale des Finances Publiques à Cahors.

Comptablement, il n'apparaîtra que les marges sur le compte administratif.

Vote à l'unanimité

7. Questions diverses

- **Taxe additionnelle régionale (TAR) Occitanie et Nouvelle Aquitaine** : entrée en vigueur au 1er janvier 2024 - seul le département du Lot est concerné. 34% de taxe additionnelle vont s'ajouter au tarif de la collectivité. L'objet de cette taxe est de financer l'amélioration des infrastructures ferroviaires - pour l'Occitanie : au bénéfice de la « Société du Grand Projet du Sud-Ouest ». Les membres du Comité de Direction regrettent qu'une telle décision ait été prise sans aucune concertation avec les professionnels du tourisme et élus. Ils s'étonnent qu'une telle taxe soit applicable dans le Lot alors que le Département ne bénéficiera pas de l'amélioration de sa desserte du fait de la réalisation des Lignes à Grande Vitesse Bordeaux Toulouse ou Bordeaux Dax.
- À la demande de Mme Lydia Audureau, une intervention concernant l'entreprise Ponty Compost Environnement (Monceaux-sur-Dordogne) était prévue, mais absente ce jour.

Fin de la séance à 17h15.