



AFFAIRE N° 2019/214

RAPPORT D'ORIENTATION BUDGETAIRE 2020

Rapporteur Monsieur le Président

Vu les articles L1612-2, L2221-5 et L2312-1 du Code des Collectivités Territoriales

Vu le décret n°2016-841 du 24 juin 2016 relatif au contenu ainsi qu'aux modalités de publication et de transmission du rapport d'orientation budgétaire

Vu le rapport d'orientation budgétaire figurant en annexe et présenté en séance

Après débat, le Comité de Direction prend acte du rapport d'orientation budgétaire et approuve les orientations proposées à l'unanimité



RAPPORT D'ORIENTATIONS BUDGÉTAIRES 2020

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique connaît, depuis sa création en 2017, une croissance continue de son activité.

Cette dynamique s'accompagne :

- D'une prise de conscience des acteurs de la destination de l'intérêt de s'investir dans ce secteur économique grâce aux retombées économiques induites par l'activité de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique
- D'une optimisation de l'effectif salarié et d'une maîtrise des charges salariales tout en garantissant un épanouissement et une reconnaissance professionnels des équipes
- Une hausse constante de la fréquentation du territoire qui oblige à questionner régulièrement la qualité de l'accueil et de l'expérience client

Cette croissance de la fréquentation de la destination et son étalement tout au long de l'année se traduisent par une hausse de 3,2% du nombre de nuitées enregistrées entre l'année 2017 et 2019 (au 2/12/19).

On sait aussi, chiffres à l'appui, l'importance des activités commerciales de l'Office de Tourisme au bénéfice des actions de service public gratuites.

Ce développement a été soutenu à la fois par une stratégie partenariale innovante et centrée sur l'écoute permanente des besoins des prestataires locaux ainsi que par la mise en place d'une politique volontariste de commercialisation de visites et de découvertes du territoire et de billetterie.

Cette mise en marché de prestataires touristiques de la destination contribue directement au reversement du produit des reventes, injecté dans l'économie locale par l'Office de Tourisme

L'année 2019 a vu, pour sa 3ème année d'existence, l'Office de Tourisme poursuivre son organisation et sa croissance en :

- devenant un acteur incontournable dans la structuration et le développement touristique de la destination
- étant identifié comme le tiers de confiance local en matière d'information touristique
- déployant la marque Médoc Atlantique -Océanesque
- se positionnant comme un centre de ressources pour les prestataires du territoire
- poursuivant sa structuration interne en anticipant les différents besoins

L'année 2020 s'annonce comme une année charnière avec:

- les élections municipales au mois de mars
- l'entrée en vigueur de la Loi 'Engagement et Proximité'
- la mise en place d'une organisation interne qui va permettre de
- être davantage en phase avec le cycle du voyageur
- clarifier les missions managériales

- faciliter la professionnalisation de toutes et tous, dans le cadre de la Gestion Prévisionnelle des Emplois et Compétences, programme entamé en 2017.
- les travaux de rénovation du site de Soulac sur Mer
- la montée en puissance des accueils hors les murs
- la mise en place d'un pôle dédié à l'innovation et l'ingénierie de projets

Les orientations budgétaires 2020 conjuguent ces différents éléments afin de proposer un budget qui permette de répondre aux ambitions légitimes de compétitivité de la destination et de poursuivre le travail de mutualisation indispensable à l'échelle du territoire.

SECTION DE FONCTIONNEMENT

1. Hypothèses d'évolutions des recettes

Les recettes de l'Office de Tourisme se répartissent en 3 sources principales:

1.1 Taxe de séjour

L'article L133-7 du Code du Tourisme prévoit que l'intégralité des sommes perçues au titre de la taxe de séjour soit reversée à un Office de Tourisme quand il est sous forme d'EPIC.

Cette collecte est menée par la Communauté de Communes qui reverse selon un échéancier annuel basé sur les recettes de l'année N-1. Le solde de la taxe de séjour réellement collectée sera reversé lors de la journée complémentaire (janvier de l'année N+1). Pour information, l'exercice 2018 n'a pas fait l'objet d'une journée complémentaire.

La somme de 121 000 € a été versée courant 2019 et a donc été inscrite au titre de l'exercice budgétaire 2019.

Il est précisé qu'il est déduit du montant du reversement de taxe de séjour la part reversée au département et les frais de collecte de la communauté de communes.

Les tarifs 2020 n'ont pas évolué par rapport à ceux appliqués en 2019.

Les perspectives de croissance de la collecte de la taxe de séjour sont positives pour trois raisons principales:

- amélioration de la gestion de la collecte de la taxe de séjour par la CDC
- obligation des plateformes de locations de vacances en ligne de prélever et de reverser la taxe de séjour
- performance des actions des professionnels du tourisme et de l'Office de Tourisme qui conduisent à une hausse globale de la fréquentation

Par exemple les montants reversés depuis 3 ans montrent une hausse constante + 3,3% entre 2017 et 2018. Les dernières informations de déclaration pour l'année 2019 sont positives.

Aussi, pour l'année 2020, la proportion de recettes issues du reversement de la collecte à l'EPIC est estimée entre 75 et 85% du budget de recettes globales, sur la base de la perception 2018.



1.2 Recettes commerciales

Ces recettes se divisent en 4 parties distinctes:

- Packs de prestation de services à destination des partenaires touristiques

Le modèle économique de l'EPIC, est en partie, fondé sur la vente de prestations de services en direction des partenaires.

Des incompréhensions de la part des prestataires et une 'promesse client' considérée comme tournée vers une logique de résultat ont entraîné une chute du chiffre d'affaires et du nombre de partenaires depuis 3 ans: -10% du chiffre d'affaires entre 2017 et 2019 et -3% du nombre de partenaires entre ces mêmes années.

Malgré une réflexion qui va voir la mise en place de packs garantissant une visibilité des partenaires et une logique de moyens plutôt qu'une hypothétique garantie de remplissage, la prudence reste de mise et un niveau de recettes prévisionnel estimé (sur la base de tarifs maintenus en 2020) de l'ordre de 200 000 euros pour 2020 est envisagé.

- Recettes liées aux activités de billetterie et de visites

Les activités de revente de prestations de loisirs, culturelles ou autres ainsi que celles de vente de visites de découverte de la destination par l'Office de Tourisme sont celles qui bénéficient de la plus forte croissance ces dernières années. Les marges de progression en terme de programmation sont importantes grâce à une demande globale en hausse et une mise en valeur de ces prestations accrue au sein des bureaux d'informations.

Les objectifs fixés pour l'année 2020 sont une progression de 8% du chiffre d'affaires soit une recette prévisionnel de 97 000 euros.

Les recettes liées au chiffre d'affaires de la revente de prestations sont constituées à la fois par les commissions sur les ventes mais aussi par les refacturations de la part de prestataires revendus et pour lesquels l'Office de Tourisme a un rôle d'intermédiaire.

- Recettes liées à l'activité de vente de séjours

L'Office de Tourisme Médoc Atlantique est inscrit au registre des opérateurs de voyages et de séjour. A ce titre, il est autorisé à organiser et vendre des voyages et séjours individuels ou collectifs. Il intervient en tant qu'intermédiaire pour le compte de prestataires locaux.

Le chiffre d'affaires de cette activité a augmenté de 18% entre 2017 et 2018 mais a subi une chute de 23% entre 2018 et 2019.

Le niveau de recettes attendu est de l'ordre de 45 000 euros pour 2020.

- Recettes liées à l'organisation d'événementiels

La Bambino Party et Carcanscène sont les 2 seuls événements organisés par l'Office de Tourisme.

Les recettes issues de ces événements sont liées à la vente de billets.

En 2020, une co-organisation avec une entreprise sous-traitante permettra d'optimiser les dépenses mais supprimera les recettes liées à la billetterie qui n'aura plus cours.



- Ventes boutiques

Les recettes ont atteint 4 900 euros en 2019.

En 2020, l'activité 'boutique ' se limitera à celle de la revente de produits à disposition dans les accueils touristiques en dépôt-vente.

1.3 Subventions

L'Office de Tourisme ne perçoit aucune subvention d'exploitation de sa collectivité de tutelle.

Les subventions obtenues par l'Office de Tourisme le sont dans le cas d'Appels à Projets auxquels répond l'EPIC.

Ces participations à appels à projets sont amenées à s'intensifier pour pallier la baisse de certaines recettes commerciales comme évoqué plus haut.

Les deux appels à projets en cours et qui vont impacter les recettes de l'EPIC en 2020 sont:

- Appel à projets régional NOTT qui soutient financièrement la destination Médoc Atlantique depuis 2017 car elle s'est engagée dans une volonté d'amélioration de l'organisation générale de la filière tourisme à travers les orientations majeures suivantes :

- professionnalisation des personnels des institutions publiques du tourisme et des prestataires touristiques au regard des besoins définis par le territoire
- définition d'une stratégie numérique partagée du territoire en relation avec son positionnement et son programme de formation
- évolution des missions des Offices de Tourisme notamment dans la politique d'accueil de la clientèle, l'amélioration de leurs ressources et de l'observation locale

Les financements 2019 ont permis de soutenir les projets et investissements de l'Office de Tourisme Médoc Atlantique à hauteur de 30 500 euros.

Pour l'année 2020, les projets aussi divers que l'acquisition d'un véhicule pour assurer les accueils hors les murs ou l'installation d'une borne d'information à Queyrac tiennent compte d'interventions de soutien de la Région Nouvelle-Aquitaine comprises entre 30 et 80 % du montant global des actions.

- Conventions Actions touristiques Département de la Gironde

Via le Parc Naturel Régional du Médoc, ce dispositif permet de bénéficier de 14,5% d'aides financières sur des actions du champs de l'innovation, de la promotion et du numérique.

Il est proposé de prévoir une enveloppe de 7 000 euros de subvention correspondant à des dépenses d'un montant de 50 000 euros environ.

D'autres dispositifs d'aides régionales et/ou départementales seront mobilisés afin de financer en partie des projets menés par l'Office de Tourisme.

Par exemple et dans le cas de la sous-traitance des 2 événements Bambino Party et Carcan'Scène, le dispositif 'Aide au Conseil' sera sollicité pour un montant budgété à 17 000 euros environ.

2. Hypothèses d'évolutions des dépenses de fonctionnement

2.1 Ressources humaines

2.1.1. Organisation interne et structure des effectifs

L'organisation interne de l'Office de Tourisme évolue en 2020 afin d'être plus en phase avec les différentes évolutions des métiers, de gagner en productivité et de garantir un épanouissement professionnel des équipes.

Organisé autour de 5 pôles de métiers et un pôle support, l'EPIC Office de Tourisme comptera dans son effectif et pour l'année 2020, les postes suivants:

- 1 directeur général (CDI temps plein)
- 1 directeur adjoint (CDI temps plein)
- 1 responsable administratif et financier (CDI temps plein)
- 1 assistante RH administration (CDI temps plein)
- 1 responsable pôle Attractivité (CDI temps plein)
- 2 chargées de communication (CDI temps plein)
- 1 responsable Accueil/Information (CDI temps plein)
- 6 chargées de BIT (5 CDI temps plein et 1 mise à disposition)
- 1 chargée de communication web (1 mise à disposition)
- 1 chargée de réceptif (CDI temps plein)
- 2 chargées de développement (CDI temps plein)
- 1 responsable commercialisation (CDI temps plein)
- 1 commerciale partenaires (CDI temps plein)

2.1.2. Les dépenses de personnel

Les salariés de l'Office de Tourisme sont de droit privé et dépendent de la convention collective des organismes de tourisme (3175), à l'exception du Directeur, sous régime de droit public rattaché à la CCN, et de 2 personnes titulaires de la fonction publique.

Les salariés de droit privé et le Directeur voient leur salaire de base défini selon la grille de qualification de l'emploi de la convention collective.

Tout régime confondu, les salariés qui travaillent le dimanche, durant un jour férié ou en horaire de nuit perçoivent une indemnité conforme aux obligations de la convention collective.

Par ailleurs, les salariés de droit privé et le Directeur, conformément à la convention collective, perçoivent après trois ans de présence dans la structure un salaire brut de base majoré de 1% supplémentaire par année d'ancienneté, dans la limite de 20 ans d'ancienneté.

Les salariés bénéficient enfin d'une gratification annuelle dont les termes sont prévus dans la CCN 3175.

L'évaluation des dépenses de personnel du budget 2020 est donc faite suivant la durée des contrats, l'ancienneté des permanents et les positionnements dans les grilles de la convention collective.

En ce qui concerne le nombre de contrats de personnels saisonniers, celui-ci est calculé en fonction des heures d'ouverture des BIT et des actions d'accueil hors les murs.

Pour 2020, ce nombre est évalué à 100 mois saisonniers, soit le même niveau qu'en 2019.



De plus, les montants de dépenses de mutuelle employeur, l'évolution des charges sociales ainsi que le prélèvement de l'impôt sur les revenus à la source, à l'aune des éléments connus à ce jour, sont intégrés.

Une latitude budgétaire est enfin conservée pour faire face à des imprévus.

Au total, les dépenses du chapitre de dépenses de personnel s'établiraient à environ 1 200 000 €.

2.2 Dépenses à caractère général

Ces dépenses se divisent en 2 catégories:

2.1.1 Missions de service public et actions commerciales déployées par les 4 pôles

Les projets et plans d'actions 2020 des 4 pôles ont fait l'objet d'une présentation détaillée lors du Comité de Direction du 27 novembre 2019.

- Attractivité de la destination

Ce pôle regroupe les activités de conquête et de fidélisation de clientèles.

S'appuyant sur le plan marketing pluriannuel destiné à prioriser les cibles et filières et présenté lors du Comité de Direction du 27 novembre 2019, le pôle affirme le positionnement de la destination par marchés-cible.

Il participe à l'organisation des événements et au soutien aux organisateurs de manifestations.

Le plan marketing s'articule autour de plusieurs actions et supports qui sont complémentaires et qui participent aux différents objectifs de conquête et de fidélisation:

- Soutien événements de la destination
- Organisation événement
- Web, référencement, digital
- Mag avant séjour (réalisation, impression, diffusion)
- Actions de promotion: salons, workshops
- Presse/influenceurs
- Contrats de destination Bordeaux et Côte Atlantique
- Opération street marketing Bordeaux
- Campagne affichage arrêts de tram Bordeaux
- Vidéos (production et diffusion)

- Information/Accueil

Ce pôle regroupe les missions d'accueil, d'information auxquelles viennent s'intégrer les activités liées au 'pendant séjour' et au 'faire découvrir' et il :

- Affine les actes d'information en fonction des zones de chalandises des clientèles afin d'améliorer le 'faire découvrir'



- Déploie les activités d'accueil hors les murs, dispositif à part entière de la stratégie d'accueil ainsi que les formations de prescripteurs d'information locale
- Optimise la gestion de la base de données SIT dans un processus de valorisation d'information
- Joue un rôle proactif dans l'élaboration, la création, la diffusion des outils d'information durant les séjours : agendas animations, écosystème digital local, bornes d'information
- Développe le panel d'offres de visites et de découverte de la destination en veillant à l'équilibre des prestations et en fonction des attentes clients
- Met en œuvre une logique de collecte de données qualitatives
- Booste les ventes
- Valorise les postes des chargés de relais permanents, garants de l'image de l'entreprise

Les principales actions prévues qui découlent des activités ci-dessus sont pour l'année 2020:

- Pose et dépose des kakemonos dans les communes de la destination
- Circuits Terra Aventura à Lacanau et Soulac
- Editions 'pendant séjour'
- Maintenance du site web
- Traductions en langues étrangères des différents supports
- Refacturation de billetterie

Certaines de ces actions étaient, dans les budget précédents, fléchées vers le pôle marketing.

Du fait de la nouvelle organisation, les coûts inhérents à l'accueil, à l'information et au 'faire découvrir' seront affectés au pôle information/accueil.

- Commercialisation, mise en valeur des partenaires

L'Office de Tourisme garantit une visibilité à ses partenaires et accompagne, à travers une stratégie de relations partenaires à forte valeur ajoutée, l'ensemble des prestataires touristiques de la destination dans la professionnalisation et la mise en marché des offres.

A ce titre, il organise et propose des solutions de valorisation des prestataires.

La refacturation de la part des prestataires pour les activités de commercialisation groupes et individuels représente la majeure partie des dépenses de ce pôle.

En direction des propriétaires de locations de vacances, les prestations de mise en ligne sur les site Weebnb et Amivac sont entièrement pris en charge par l'EPIC Office de Tourisme représentant un budget d'environ 17 000 euros.

Bien que financé en partie par l'appel à projets régional NOTT, le Plan Local de Professionnalisation, qui a connu un succès pour sa première année en 2019, représente une dépense de l'ordre de 21 000 euros. Enfin, une convention de prestation de services entre l'Office de Tourisme et l'association A L'Ouest Co-Working, et qui a pour vocation de mettre en place une externalisation d'une partie des relations prestataires et ainsi dynamiser l'animation du réseau des professionnels du tourisme de la destination, a été signée pour mise en effet en 2020.



- Développement

Nouveauté de cette année 2020 et issue d'une organisation quasi-unique dans les Offices de Tourisme à ce jour, le pôle Développement intègre le principe d'amélioration continue à toutes les activités de l'Office de Tourisme. Véritable laboratoire de projets innovants et structurants, il impulse une dynamique de projets dans une logique de résultats. En tant que centre de ressources, il propose des outils de pilotage nécessaires à la fois au management stratégique mais aussi au management opérationnel des autres pôles.

Ces actions se traduisent à la fois par de recherches de financement, l'exploitation de logiciels d'analyse de retombées médias ou d'observation de l'activité du secteur de la location de vacances par exemple.

Une étude de notoriété et d'image à la fois de la marque de destination Médoc Atlantique-Océanique mais aussi des communes la composant, est envisagée en 2020.

2.1.2 Charges de fonctionnement et de logistique général

Les charges de fonctionnement général de l'EPIC, sont après 3 années d'exercice, optimisées et font l'objet d'un suivi rigoureux.

Des ajustements nécessaires et contribuant à cette optimisation avec certaines municipalités notamment concernant des refacturations de téléphonie ou de fluides sont intervenus en 2019.

Les travaux entrepris au Bureau d'Information de Soulac, par la Communauté de Communes, feront l'objet d'une attention particulière et plus particulièrement lors de l'installation.

Les postes de dépense d'entretien des installations en matière d'infrastructures, ceux du suivi de la sécurité des établissements recevant du public, la maintenance des matériels techniques informatiques, ceux des déplacements professionnels et des besoins nécessaires au fonctionnement opérationnel de l'EPIC sont maîtrisés et ne feront pas l'objet d'évolution significative en 2020.

SECTION D'INVESTISSEMENT

1. Hypothèses d'évolutions des recettes

Les recettes de la section d'investissement sont constituées de dotations aux amortissements. En 2020 et au vu du plan d'amortissement, elles s'élèveront à environ 45 000 euros.

A date, il n'est prévu aucune écriture supplémentaire ce qui laisse présager d'un report de cette section excédentaire de 18 000 euros. Ce report viendra abonder les recettes 2020.

2. Hypothèses d'évolutions des dépenses

Sur les bases de l'année 2019, les dépenses d'investissement ne subiront pas d'évolution majeure et resteront classiques la lignée de années précédentes avec des actions telles que la poursuite de la modernisation des accueils, l'achat d'une borne d'information, l'achat de matériels informatiques et divers.

NB : Le résultat d'exploitation reporté de l'exercice 2019 de l'EPIC Médoc Atlantique n'est pas pris en compte à ce stade du calendrier. Il fera l'objet d'une délibération ultérieure en 2020.

Monsieur le Président sollicite les membres du Comité de Direction de l'EPIC Office de Tourisme Médoc Atlantique pour approuver la présente délibération.

Après en avoir délibéré, le Comité de Direction décide à l'unanimité de ses membres présents ou représentés d'approuver : La délibération 2019/214 «DEBAT D'ORIENTATION BUDGETAIRE 2019»

Fait et délibéré les jours, mois et an que dessus et ont signé au registre tous les présents.

Laurent PEYRONDET

Le Président

