

AFFAIRE N° 2024/327

DELIBERATION
DEBAT D'ORIENTATIONS BUDGETAIRES 2025

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU COMITE DE DIRECTION
SEANCE DU 13 NOVEMBRE 2024

L'an deux mille vingt et quatre, le 13 novembre à 18 heures trente minutes, le Comité de Direction de l'E.P.I.C. Office de Tourisme communautaire Médoc Atlantique, légalement convoqué, s'est réuni en session ordinaire.

Date de convocation :	Mardi 15 Octobre 2024
Nombre de membres en exercice :	34
Nombre de membres présents :	18
Nombre de membres représentés :	2
Nombre de votants :	2

Contexte

Après les rénovations des Offices de Tourisme de Soulac sur Mer, Carcans-Maubuisson et de Grayan-et-l'Hôpital, celle de l'Office de Tourisme de Hourtin a été portée par la Communauté de Communes Médoc Atlantique.

Médoc Atlantique Tourisme a ouvert un nouvel Office de Tourisme sur la commune de Naujac sur Mer au niveau de l'accueil du camping du Pin Sec et a déménagé son Office de Tourisme du Verdon sur Mer à Port Médoc.

Le dispositif d'accueil hors les murs a montré toute sa pertinence dans son déploiement avec de nombreuses actions menées au plus près des flux de visiteurs : hébergements, évènements, manifestations, bac maritime, etc..

Au niveau de l'Attractivité, les campagnes de communication, la diffusion de la marque de 'L'Eden Aquitain' et de ses atouts, les actions digitales, l'accompagnement des prestataires et la mise en avant des ambassadeurs ont permis de poursuivre le développement de la notoriété de la destination.

En complément l'Office de Tourisme a assumé son rôle d'organisateur d'évènements et de soutien au dynamisme tissu local.

Enfin, avec des objectifs ambitieux de commercialisation de billetterie, l'exercice 2024 a été une année record de mise en marché des prestataires de la destination avec plus de 190 000 Euros en progression de 70 % par rapport à 2023.

Ambitions 2025

Orientations stratégiques

1. **Définir notre image, notre âme vis-à-vis des clientèles**
2. **Avoir un 'coup d'avance', être précurseur, jouer un rôle pionnier**
 - a. Innover, tester, créer, anticiper
 - b. Communication, outils, tendances
3. **Connaitre nos clientèles**
4. **Ne pas oublier nos fondamentaux**
 - a. Accueillir, Informer
 - b. Promouvoir
 - c. Commercialiser
 - d. Animer (réseau et territoire)
 - e. Gestion de l'information
 - f. Satisfaction clients : touristes et prestataires
5. **Retrouver une prise de parole valorisante et différenciante**
6. **Renforcer les liens avec les prestataires**
 - a. Présence
 - b. Incarnation
 - c. Échanges
 - d. Proximité
 - e. Connaissances réciproques
 - f. Plaisir
7. **Organiser et optimiser l'administration et la logistique de l'EPIC**

Grands chantiers

La poursuite du plan marketing 2021-2025 et des actions de promotion et de communication favorisant un développement harmonieux de la destination ;

- Portant l'innovation au cœur de sa stratégie, Médoc Atlantique Tourisme va lancer un nouveau site internet de destination
- Base de données d'informations touristiques intégralement refondues pour une information de qualité plus fine et actualisée
- Le renforcement de la collaboration avec une agence de relations médias pour amplifier les retombées presse et médias et la visibilité de la destination et de ses composantes en France et sur les marchés étrangers
- Le lancement d'un nouveau projet structurant : Esti'talents ou comment la connaissance des besoins en matière de saisonniers doit permettre à Médoc Atlantique Tourisme d'être un acteur catalyseur en matière d'emploi, de logement, de soins.

- Développement de l'activité de classement des meublés de tourisme par Médoc Atlantique Tourisme.
- Rénovation de l'Office de Tourisme de Lacanau
- Médoc Atlantique Tourisme va renforcer son engagement auprès des organisateurs d'événements afin de contribuer aux retombées en termes de fréquentation et de communication. (ex Soulac 1900)
- Dans le cadre de ses activités d'organisation d'événements, l'Office de Tourisme poursuivra son partenariat avec la société Rang 23 pour porter les événements Festival du Court Théâtre et Bambino fait son show.
Médoc Atlantique Tourisme organisera son second Championnat du Monde de lancer de Tong, 21^{ème} du nom. Une réflexion est engagée sur une participation plus active de l'Office de Tourisme dans l'organisation du Lacanau Pro.
- Poursuite d'une politique de ressources humaines ambitieuse et spécifique au territoire (logement, mobilité) et capitalisant sur la valeur travail. Cette politique passe par la poursuite d'un suivi individualisé des collaborateurs en matière de formations, conditions de travail (matériel, véhicules de service) et rémunérations. L'accompagnement aux logements des nouveaux arrivants sera une priorité pour accueillir de nouveaux talents.
- Qualité tourisme devenant Destination d'Excellence, Médoc Atlantique Tourisme reste engagé dans une démarche Qualité d'amélioration continue.

Les objectifs stratégiques sont complétés par la convention d'objectifs proposés par la Communauté de Communes.

Conformément à l'article 2, celle-ci définit les orientations stratégiques qui permettent ensuite à l'office de Tourisme de présenter un plan d'actions pluri annuel reprenant celles-ci. Ces orientations stratégiques n'ont, à date, pas été portées à la connaissance de l'EPIC.

Dans ce cadre, Médoc Atlantique Tourisme préconise de continuer à renforcer sa position :

- D'interlocuteur de confiance local, le garant d'un conseil attentif auprès de qui la qualité de contact est la règle avant, pendant et après séjour.
- D'écoute grâce à une plateforme de compétences et un apporteur de solutions personnalisées
- D'attractivité pour les touristes

SECTION DE FONCTIONNEMENT

Hypothèses d'évolutions des recettes

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

- **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 échancier annuel basé sur les recettes de l'année N-1 et complété le réalisé de l'année.

Il est précisé qu'il est déduit du montant du reversement de taxe de séjour la part reversée au département (10%) et les frais de collecte de la communauté de communes (5%).

Il est proposé d'inscrire un montant de taxe de séjour reversé par la Communauté de Communes au titre du budget primitif 2025 de 2 000 000 euros.

- Recettes commerciales

Ces recettes se divisent en 3 parties distinctes :

- Packs de prestation de services à destination des partenaires touristiques

Avec un plan d'actions "partenaire" de plus en plus complet et ambitieux, Médoc Atlantique Tourisme se donne comme objectif de maintenir son nombre de partenaires et d'inscrire à la ligne budgétaire packs de services et régie publicitaire, la somme de 200 000 euros.

- Recettes liées à la commercialisation

Les ventes des prestations des partenaires sont encaissées sur la régie de recettes de l'EPIC. Compte tenu des chiffres d'affaires réalisés les années précédentes, il est proposé d'inscrire, pour l'exercice 2025, la somme de 190 000 euros.

- Recettes diverses

L'exploitation de l'agence postale à Lacanau Océan prévoit, dans le cadre de la convention signée avec la Poste, le reversement d'un loyer de 1 284 euros par mois soit 15 408 euros par an. Cette somme n'équilibre pas les dépenses liées à cette activité mais participe au coût de fonctionnement de ce service public.

- Subventions

L'EPIC Médoc Atlantique Tourisme effectuera les demandes de subvention nécessaire à son fonctionnement auprès des instances : Région, Département, Communauté de communes.

Hypothèses d'évolutions des dépenses de fonctionnement

- Ressources humaines

Organisation interne et structure des effectifs

Une organisation interne efficiente :

- Pôle Accueil/Information
- Pôle Attractivité/Relations prestataires
- Pôle Administratif : comptabilité, ressources humaines, administration générale, logistique
-

L'EPIC Office de Tourisme aura pour effectif au 01 janvier 2025 :

- Accueil/Information
 - 1 responsable Accueil/Information (CDI temps plein)
 - 1 responsable adjointe Accueil/Information (CDI temps plein)
 - 6 conseillères en séjour (5 CDI temps plein, 1 alternante)
- Attractivité/Relation prestataires
 - 1 responsable pôle Attractivité – Relations prestataires (CDI temps plein)
 - 1 chef projet digital
 - 1 chef projet promotion – communication

1 chef projet relations prestataires – mise en marché
7 chargés de communication, commercialisation, relations partenaires et production graphique (CDI temps plein)
3 alternants

- Administration

- 1 directeur général (CDI temps plein)
- 1 secrétaire général (CDI temps plein)
- 1 assistant(e) comptabilité, ressources humaines et administration (CDI temps plein)

- **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 (CCN 3175), à l'exception du Directeur, sous régime de droit public rattaché à la CCN.

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.

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 : récupération et dédommagement financier.

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 2025 est 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 offices de tourisme et des actions d'accueil hors les murs. Pour 2025, ce nombre est évalué à 107 mois saisonniers dans la perspective d'une année pleine contre 100 pour l'exercice 2024.

Cette augmentation provient des projets d'accueil définis avec les élus : périodes d'ouvertures, accueil hors les murs, accueil chez les partenaires, pots d'accueil ...

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.

Enfin, compte tenu de l'avancée des dernières discussions entre les représentants syndicaux des salariés et ADN Tourisme, organisme représentant les employeurs, il est à prévoir une revalorisation de la valeur du point de l'ordre de 2,5 % dans le budget primitif 2025.

Pour information, la répartition de la masse salariale est conforme aux normes de la profession qui est comprise entre 50 et 70 % du budget global en fonction de la taille de la structure.

- **Dépenses à caractère général : plan actions**

Missions de service public, Information/Accueil, Attractivité/Relations prestataires

Accueil, information

1. Assurer une qualité d'accueil permanente et sur tous les sites
2. Assurer une relation client optimale
3. Fidéliser et animer l'équipe du pôle
4. Rénover l'Office de Tourisme de Lacanau
5. Respecter les critères de Destination d'Excellence

Attractivité

1. Gagner en compétences
2. Connaître les clientèles de la destination
3. Mieux communiquer avec plus d'impact
4. Disposer d'une base de données touristiques unique
5. Diffuser une information valorisée, fiable et à jour
6. Lancer un site web performant
7. Pérenniser et actualiser la gamme d'éditions
8. Renforcer les missions liées à l'évènementiel
9. Développer les partenariats avec les marques

Relations prestataires

1. Assurer des relations de proximité avec les prestataires et partenaires
2. Disposer d'une solution de billetterie fiable et stable
3. Devenir chef de file du projet Esti'talents

- **Dépenses de fonctionnement et de logistique**

Les charges de fonctionnement général de l'EPIC sont maîtrisées.

L'enveloppe budgétaire dédiée à la bonne marche des Offices de Tourisme est de l'ordre de 17 % du budget de fonctionnement. Le multi site entraîne des coûts de fonctionnement qui peuvent être au-dessus de la moyenne pour un établissement mono-site.

La ventilation budgétaire de ces postes sera du même niveau que celle du budget primitif 2024.

Pour mémoire, ces postes de dépense comprennent :

- L'entretien des 8 Offices de Tourisme en matière d'infrastructure niveau locataire,
- Moyens nécessaires à la bonne exécution des missions de l'Office de Tourisme
- Suivi de la sécurité des établissements recevant du public,
- Maintenance et évolution des matériels techniques, téléphonie et informatiques, véhicules.

SECTION D'INVESTISSEMENT

Hypothèses d'évolutions des recettes

Les recettes de la section d'investissement sont constituées de dotations aux amortissements qui seront connues au début de l'année 2025.

Hypothèses d'évolutions des dépenses

La partie dépense d'investissement sera principalement consacrée :

- Rénovation du hall d'accueil de l'Office de Tourisme de Lacanau
- Acquisition de deux mobil homes au camping municipal de Lacanau
- Poursuite de la modernisation du parc informatique, l'entretien des bâtiments, modernisation du parc de véhicules.

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, les membres du Comité de Direction décident d'approuver

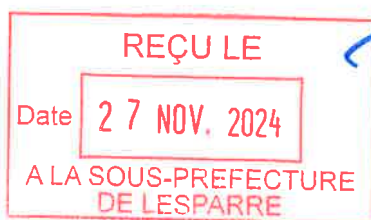
La délibération « DEBAT D'ORIENTATIONS BUDGETAIRES 2025 » de l'EPIC Office de Tourisme Communautaire Médoc Atlantique.

Délibération adoptée.

Dit que, conformément aux dispositions des articles R.421-1 à R.421-5 du code de justice administrative, la présente délibération peut faire l'objet d'un recours en annulation devant le tribunal administratif de Bordeaux dans un délai de deux mois à compter des formalités de publication et de transmission en Préfecture.

NOMBRE DE SUFFRAGES EXPRIMES	20
POUR	20
CONTRE	0
ABSTENTION	0

Fait et délibéré le jour, mois et an ci-dessus. Pour extrait certifié conforme.



Le Président
Laurent PEYRONDET

