

LISTE DES DELIBERATIONS

SEANCE COMITE DE DIRECTION DU 27 JANVIER 2023

Date	N°	Objet	Vote
27/01/23	2023-01	Autorisation investissements début année	Approuvée
	2023-02	Tableau des effectifs 2023	Approuvée
	2023-03	Prime de fin d'année	Approuvée
	2023-04	Remboursement des frais professionnels du personnel de l'Epic	Approuvée
	2023-05	Télétransmission des actes de l'OT	Approuvée
	2023-06	Tarifs boutique billetterie 2023	Approuvée
	2023-07	Nouveaux horaires des points d'accueil de l'OT à compter du 7 février 2023	Approuvée
	2023-08	Débat d'orientation budgétaire 2023	Approuvée

Délibérations transmises et validées par le contrôle de la légalité le 3 février 2023.

Reçues et publiées sur le site internet le 7 février 2023.

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo
et à la Communauté de Commune du Genevois
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

DEPARTEMENT DE LA
HAUTE-SAVOIE

ARRONDISSEMENT DE
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS

N° 2023-01

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 27/01/2023

Nombre de membre du comité de direction : 19

Nombre de membre présenté ou représenté : 10

Président de séance : Monsieur ANTOINE

Secrétaire de séance : Madame BUSSAT

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo : (3) Messieurs AEBISCHER et ANTOINE. Madame MARTIN est représentée par Monsieur ANTOINE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (2) Madame CACOUAULT, Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (5) Mesdames BUSSAT et COUCHOURON, Messieurs MOUCHET, TOUTAIN, VINCI.

Nombre de membres présents des socio professionnels n'ayant pas droit de vote (titulaire présents) : Monsieur BARONNET.

Membre de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA Directrice, MERCIER-BOSSÉNY Responsable ressources, RAMAULLY Responsable communication, RAMPON Responsable accueil.

Invités, membres de la CCPC : M. BRAND Président, Mesdames BOETTNER Vice-présidente au tourisme et SIEURAC chargée de missions tourisme.

OBJET : APPROBATION DE L'AUTORISATION DE CONSOMMER LES DÉPENSES EN 2023, SUR LA BASE DU ¼ DES CRÉDITS VOTÉS AU TITRE DE L'EXERCICE 2022

Vu L. 1612-2, L. 2221-5 et L. 2312- 1. qui prévoit que la préparation du budget de l'Office de Tourisme en EPIC par le directeur est alignée sur les dispositions des articles du Code général des collectivités territoriales (CGCT) applicables aux collectivités.

Considérant que le vote du budget 2023 interviendra par délibération lors du prochain comité de direction au plus tard le 15 avril 2023,

Considérant que dans ce laps de temps l'office de tourisme des Monts de Genève devra engager des dépenses,

Considérant qu'il est proposé aux membres du Comité de direction d'approuver l'autorisation de consommer les dépenses 2023 sur la base du 1/4 de crédits votés au titre de l'exercice 2022,

Chapitre	Montant 2022	¼ Crédits disponibles en 2023
Chap 20	43 599.00	10 899.75
Chap 21	32 598.00	8 149.50

Au vu de cet exposé, le Comité de direction,

APPROUVE à l'unanimité, l'autorisation de consommer les dépenses 2023 sur la base du ¼ des crédits votés en 2022.

M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.

Le 27 janvier 2023,

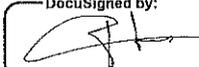
affiché ou notifié le 27 janvier 2023,

Ainsi fait et délibéré en séance,
Pour extrait conforme.

Préfecture de la Haute-Savoie
3000 / Pôle coopération
1-3 FEB. 2023

ARRIVEE
2

Le Président
Monsieur ANTOINE

DocuSigned by:

CCAE61D97DAE479...

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo
et à la Communauté de Commune du Genevois
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

**DEPARTEMENT DE LA
HAUTE-SAVOIE**

**ARRONDISSEMENT DE
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS**

N° 2023-02

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 27/01/2023

Nombre de membre du comité de direction : 19

Nombre de membre présent ou représenté : 10

Président de séance : Monsieur ANTOINE

Secrétaire de séance : Madame BUSSAT

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo : (3) Messieurs AEBISCHER et ANTOINE. Madame MARTIN est représentée par Monsieur ANTOINE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (2) Madame CACOUAULT, Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (5) Mesdames BUSSAT et COUCHOURON, Messieurs MOUCHET, TOUTAIN, VINCI.

Nombre de membres présents des socio professionnels n'ayant pas droit de vote (titulaire présents) : Monsieur BARONNET.

Membre de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA Directrice, MERCIER-BOSSÉNY Responsable ressources, RAMAULLY Responsable communication, RAMPON Responsable accueil.

Invités, membres de la CCPC : M. BRAND Président, Mesdames BOETTNER Vice-présidente au tourisme et SIEURAC chargée de missions tourisme.

OBJET : TABLEAU DES EFFECTIFS 2023

Vu les mouvements de personnel et l'évolution des temps de travail au sein de la structure, il est nécessaire de valider le tableau des effectifs de l'EPIC sur l'année 2023 qui détaille l'ensemble des postes et les grades, échelons et indices correspondants.

Mme Carole INCANDELA présentera les orientations budgétaires 2023.

Considérant le nouveau tableau des effectifs présenté en annexe,

Considérant que le Président précise que les crédits nécessaires à la rémunération et aux charges sociales correspondent aux emplois ainsi maintenus et/ou créés seront inscrits au Budget Primitif 2023, chapitre 012.

Voir annexe.

**Au vu de cet exposé, le Comité de direction,
APPROUVE à l'unanimité, le tableau des effectifs des Monts de Genève pour l'année 2023.**

M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.

Le 27 janvier 2023,

affiché ou notifié le 27 janvier 2023,

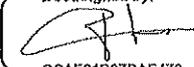
Ainsi fait et délibéré en séance,
Pour extrait conforme.

Préfecture de la Haute-Savoie
SCOD/PT

3 FEV. 2023

ARRIVEE
2

Le Président
Monsieur ANTOINE

DocuSigned by:

CCAE01D97DAE479...

Effectifs 2022

Date création du poste	Fonction	Etp	Temps travail en %	Base Hebdo	Mensuel	Échelonné(e) (CCN 3175)	Temps de travail
2016	Directeur(trice)	1	100,00%	35	151,67	Agent non titulaire fonction publique territoriale	CCD temps plein, soit 35h par semaine, 22 RTT
2011	Responsable commercial(e)	1	100,00%	35	151,67	Cadre	CCD temps plein, soit 35h par semaine, 25 RTT
2012	Commercial(e)	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise	CCD temps plein, soit 35 h par semaine
2014	Responsable Communication et promotion	1	100,00%	35	151,67	Cadre	CCD temps plein, soit 35h par semaine, 25 RTT
2016	Chargé(e) de communication digitale	1	80,00%	28	121,33	Technicien Agent de maîtrise	CCI 80% soit 28 h par semaine
2018	Chargé(e) de relations presse et événements	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise	CCD temps plein soit 35 h par semaine
2021	Community Manager	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise	CCD temps plein soit 35 h par semaine
2014	Responsable Accueil et Qualité	1	100,00%	35	151,67	Cadre	CCD temps plein, soit 35h par semaine, 25 RTT
2011	Conseiller(e) en séjour	1	80,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise	CCI temps partiel soit 28h par semaine
2011	Conseiller(e) en séjour	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise	CCD temps plein soit 35h par semaine
2018	Conseiller(e) en séjour	1	80,00%	35	91	Technicien Agent de maîtrise	CCI temps partiel soit 27h par semaine
2014	Responsable Pôle Ressources - Assistante de direction	1	100,00%	35	151,67	Cadre	CCI 95 % soit 33h par semaine (temps partiel 1,63h/semaine) jusqu'au 30/06/2023
2010	Comptable	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise	CCD temps plein soit 35h par semaine
2019	Rédacteur(trice) texte -sejour	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise	CCD temps plein soit 35h par semaine
ETP		14,00	43,20	Quotité travail	2032,37		

Effectifs 2023

Fonction	Etp	Temps travail en %	Base Hebdo	Mensuel	Échelonné(e) (CCN 3175)	Autre élément de rémunération	Temps de travail	Présence qui occupe le poste actuellement
Directeur(trice)	1	100,00%	35	151,67	Agent non titulaire fonction publique territoriale		CCD temps plein, soit 35h par semaine, 22 RTT	
Responsable commercial(e)	1	100,00%	35	151,67	Cadre	Avantage en nature voiture	CCI temps plein, soit 35h par semaine, 25 RTT	
Commercial(e)	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise		CCD temps plein, soit 35 h par semaine	
Commercial(e) - MIE - Cadrans		100,00%	35	251,67	Cadre	Avantage en nature voiture	CCD temps plein, soit 35 h par semaine	
Responsable Communication et promotion	1	100,00%	35	151,67	Cadre		CCD temps plein, soit 35h par semaine, 25 RTT	
Chargé(e) de communication digitale	1	80,00%	28	121,33	Technicien Agent de maîtrise		CCI 80% soit 28 h par semaine	
Chargé(e) de communication et relations média	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise		CCD temps plein soit 35 h par semaine	
Community Manager et relations presse	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise		CCD temps plein soit 35 h par semaine	
Responsable Accueil et Qualité	1	100,00%	35	151,67	Cadre		CCD temps plein, soit 35h par semaine, 25 RTT	
Chargé(e) Accueil et de promotion touristique	1	80,00%	28	121,33	Technicien Agent de maîtrise		CCI temps partiel soit 28h par semaine	
Chargé(e) Accueil et de promotion touristique	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise		CCD temps plein soit 35h par semaine	
Chargé(e) Accueil et de promotion touristique		100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise		CCD temps plein soit 35h par semaine	
Responsable Pôle Ressources	1	100,00%	35	143	Cadre		CCI 95 % soit 33h par semaine (temps partiel 1,63h/semaine) jusqu'au 30/06/2023	
Comptable	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise		CCD temps plein soit 35h par semaine	
Rédacteur(trice) texte -sejour	1	100,00%	35	151,67	Technicien Agent de maîtrise		CCD temps plein soit 35h par semaine	
ETP		13,00	44,60	Quotité travail	2262,7			
ETP - CDR		12,00	41,40	Quotité travail	1733,33			

EMPLOIS NON PERMANENTS

Date création du poste	Fonction	Etp	Temps travail en %	Base Hebdo	Mensuel	Échelonné(e) (CCN 3175)	Temps de travail
2022	Subordonné Conseiller en séjour	1	100,00%	35	151,67	Employé	CCD subordonné temps plein soit 35h par semaine, 22 RTT
2021	Aliment Accueil communication	1	100,00%	35	151,67	Rémunération légale - en fonction type et diplôme	CCD contrat à durée déterminée - période d'essai
2021	Aliment Accueil commercial	1	100,00%	35	151,67	Rémunération légale - en fonction type et diplôme	CCD contrat à durée déterminée - période d'essai
2021	Aliment Accueil Adjoint(e) à l'RH	1	100,00%	35	151,67	Rémunération légale - en fonction type et diplôme	CCD contrat à durée déterminée - période d'essai
Total		4,00					

EMPLOIS NON PERMANENTS

Fonction	Etp	Temps travail en %	Base Hebdo	Mensuel	Échelonné(e) (CCN 3175)	Autre élément de rémunération	Temps de travail	Présence qui occupe le poste actuellement
Subordonné Conseiller en séjour	1	100,00%	35	151,67	Employé		CCD subordonné temps plein soit 35h par semaine, 22 RTT	
Aliment Accueil commercial	1	100,00%	35	151,67	Rémunération légale - en fonction type et diplôme		CCD contrat à durée déterminée - période d'essai	
Aliment Accueil Adjoint(e) à l'RH	1	100,00%	35	151,67	Rémunération légale - en fonction type et diplôme		CCD contrat à durée déterminée - période d'essai	
Total		3,00						

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo
et à la Communauté de Commune du Genevois
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

**DEPARTEMENT DE LA
HAUTE-SAVOIE**

**ARRONDISSEMENT DE
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS**

N° 2023-03

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 27/01/2023

Nombre de membre du comité de direction : 19

Nombre de membre présenté ou représenté : 10

Président de séance : Monsieur ANTOINE

Secrétaire de séance : Madame BUSSAT

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo : (3) Messieurs AEBISCHER et ANTOINE. Madame MARTIN est représentée par Monsieur ANTOINE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (2) Madame CACOUAULT, Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (5) Mesdames BUSSAT et COUCHOURON, Messieurs MOUCHET, TOUTAIN, VINCI.

Nombre de membres présents des socio professionnels n'ayant pas droit de vote (titulaire présents) : Monsieur BARONNET.

Membre de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA Directrice, MERCIER-BOSSÉNY Responsable ressources, RAMAULLY Responsable communication, RAMPON Responsable accueil.

Invités, membres de la CCPC : M. BRAND Président, Mesdames BOETTNER Vice-présidente au tourisme et SIEURAC chargée de missions tourisme.

OBJET : Prime de fin d'année

VU l'article 21, avenant n°7 du 30 septembre 2009, de la convention collective des organismes de tourisme (n°3175), qui prévoit qu'une gratification est accordée à fréquence semestrielle ou annuelle au personnel ayant une ancienneté d'au moins 6 mois et qui stipule que cette gratification ne peut être inférieur à 10% de la rémunération de base brute mensuelle moyenne du salarié.

Considérant la délibération 2020-04 du 14/01/2020, indiquant les conditions du calcul et du versement de la prime de fin d'année aux collaborateurs de l'OT,
Considérant la demande du CSE (Comité social et économique) de modifier le rythme de versement,
Considérant que les autres éléments de la délibération 2020-04 seront inchangés,

Il est proposé ce qui suit :

Rythme de versement : mai et novembre (au lieu de juin et décembre),

Pour rappel :

La gratification sera versée sous forme de 13ème mois,

- Le salarié doit être présent au moment du versement,
- le calcul est le suivant :
 - moyenne de la rémunération de base brute mensuelle (hors prime), moyenne calculée sur les 12 mois précédant le versement de la prime.
 - pour les salariés ayant entre 6 mois et 1 an d'ancienneté, elle est proratisée et calculée sur le salaire moyen du temps de présence. L'ancienneté et le temps de présence effectif s'apprécient conformément aux dispositions de l'article 16-1 de la convention collective.

Au vu de cet exposé, le comité de direction,

APPROUVE l'application, à l'unanimité, de cette prime de fin d'année selon les conditions indiquées ci-dessus,

DECIDE de verser, à l'unanimité, la prime de fin d'année à fréquence semestrielle (mai et novembre), à partir de l'année 2023.

M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.

Le 27 janvier 2023,

affiché ou notifié le 27 janvier 2023.

Ainsi fait et délibéré en séance,

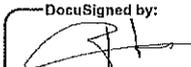
Pour extrait conforme.

Préfecture de la Haute-Savoie
SGCD / Pôle ressources
Annecy

1-3 FEV. 2023

ARRIVEE
2

Le Président
Monsieur ANTOINE

DocuSigned by:

CCAE61D97DAE479...

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo
et à la Communauté de Commune du Genevois
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

**DEPARTEMENT DE LA
HAUTE-SAVOIE**

**ARRONDISSEMENT DE
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS**

N° 2023-05

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 27/01/2023

Nombre de membre du comité de direction : 19

Nombre de membre présenté ou représenté : 10

Président de séance : Monsieur ANTOINE

Secrétaire de séance : Madame BUSSAT

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo : (3) Messieurs AEBISCHER et ANTOINE. Madame MARTIN est représentée par Monsieur ANTOINE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (2) Madame CACOUAULT, Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (5) Mesdames BUSSAT et COUCHOURON, Messieurs MOUCHET, TOUTAIN, VINCI.

Nombre de membres présents des socio professionnels n'ayant pas droit de vote (titulaire présents) : Monsieur BARONNET.

Membre de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA Directrice, MERCIER-BOSSÉNY Responsable ressources, RAMAULLY Responsable communication, RAMPON Responsable accueil.

Invités, membres de la CCPC : M. BRAND Président, Mesdames BOETTNER Vice-présidente au tourisme et SIEURAC chargée de missions tourisme.

OBJET : TÉLÉTRANSMISSION DES ACTES DE L'OT

Vu la loi n° 2004-809 du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales ;

Vu le décret n° 2005-324 du 7 avril 2005 relatif à la transmission par voie électronique des actes des collectivités territoriales soumis au contrôle de légalité et modifiant la partie réglementaire du code général des collectivités territoriales ;

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment ses articles L. 2131-1, L. 3131-1 et L. 4141-1 ;

Dans le cadre du développement de l'administration électronique, l'Etat s'est engagé dans un projet dénommé ACTES qui pose les principes de la dématérialisation des actes soumis au contrôle de légalité,

Considérant que l'OT souhaite s'engager dans la dématérialisation de la transmission de ses actes soumis au contrôle de légalité à la préfecture, pour des raisons économiques et écologique,

Au vu de cet exposé, le comité de direction,

DECIDE à l'unanimité de procéder à la télétransmission des actes au contrôle de légalité y compris les actes budgétaires ;

DONNE à l'unanimité son accord pour que le Président engage toutes les démarches y afférentes;

AUTORISE à l'unanimité le Président à signer tous les documents et pièces relatifs à ce dossier, à savoir : le contrat de souscription auprès du prestataire de service de certificat électronique + la convention de mise en œuvre de la télétransmission des actes soumis au contrôle de légalité avec la préfecture de la Haute Savoie représentant l'Etat à cet effet ;

DESIGNE à l'unanimité Mme INCANDELA en qualité de responsable de la télétransmission.

M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.

Le 27 janvier 2023,

affiché ou notifié le 27 janvier 2023.

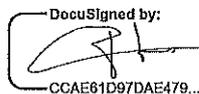
Ainsi fait et délibéré en séance,
Pour extrait conforme.

Le Président
Monsieur ANTOINE

Préfecture de la Haute-Savoie
CCGD / Pôle contentieux

1-3 FEV. 2023

ARRIVEE
2

DocuSigned by:

CCAE61D97DAE479...

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo
et à la Communauté de Commune du Genevois
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

**DEPARTEMENT DE LA
HAUTE-SAVOIE**

**ARRONDISSEMENT DE
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS**

N° 2023-06

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 27/01/2023

Nombre de membre du comité de direction : 19

Nombre de membre présenté ou représenté : 10

Président de séance : Monsieur ANTOINE

Secrétaire de séance : Madame BUSSAT

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo : (3) Messieurs AEBISCHER et ANTOINE. Madame MARTIN est représentée par Monsieur ANTOINE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (2) Madame CACOUAULT, Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (5) Mesdames BUSSAT et COUCHOURON, Messieurs MOUCHET, TOUTAIN, VINCI.

Nombre de membres présents des socio professionnels n'ayant pas droit de vote (titulaire présents) : Monsieur BARONNET.

Membre de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA Directrice, MERCIER-BOSSÉNY Responsable ressources, RAMAULLY Responsable communication, RAMPON Responsable accueil.

Invités, membres de la CCPC : M. BRAND Président, Mesdames BOETTNER Vice-présidente au tourisme et SIEURAC chargée de missions tourisme.

OBJET : TARIFS BOUTIQUE – BILLETTERIE 2023

Vu l'article L134-6 du code du tourisme,

Vu l'article 13 des statuts de l'EPIC Monts de Genève qui prévoit que le budget de l'EPIC comprend notamment en recettes le produit des recettes commerciales,

Vu la délibération 2010-10, portant création de la régie de recettes et d'avance,

Vu la délibération 2010-12 autorisant la vente pour compte de tiers,

Considérant qu'il est nécessaire pour les Monts de Genève de fixer les principaux tarifs appliqués par l'Office du Tourisme pour les produits en vente dans son espace boutique,

Considérant que les tarifs sont présentés lors de la séance du Comité de direction,

Voir annexe.

Au vu de cet exposé, le comité de direction,

APPROUVE à l'unanimité les tarifs boutiques et billetteries pour l'année 2023.

M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.

Le 27 janvier 2023,

affiché ou notifié le 27 janvier 2023.

Ainsi fait et délibéré en séance,

Pour extrait conforme.

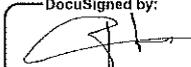
Préfecture de la Haute-Savoie
CCCD / Pôle accueil courrier

1- 3 FEV. 2023

ARRIVÉE

2

Le Président
Monsieur ANTOINE

DocuSigned by:

CCAE61D97DAE479...

FURNISSEURS	PRODUITS	Achat	Dépot-vente	PRIX VENTE TTC 2023	PRIX ACHAT	Taux remises
LIBRAIRIE						
Fédération Française de Randonnée Pédestre de Haute-Savoie	Topoguide "La Haute-Savoie ... à pied"	*	*	14,90 €	14,16 €	
	Topoguide "Tour du Mont Blanc"	*	*	15,90 €	15,11 €	5% de remise
	Topoguide "Sentier vers St-Jacques-de-Compostelle via Le Puy"	*	*	15,90 €	15,11 €	
	Topoguide "Savoie- Mont-Blanc- à pied"	*	*	14,90 €	14,16 €	
Syndicat Intercommunal du Vuache	Guide du patrimoine naturel de la Région Rhône- Alpes "Du Salève au Vuache "	*	*	6,00 €	4,20 €	30% de remise
	Carte des sentiers de rando au pays du Vuache	*	*	5,00 €	3,50 €	
	Le Pays du Salève et du Vuache à pied	*	*	14,90 €	10,45 €	
Randoland ot st Julien	Fiche Randoland: Collonges-sous-Salève	*	*	2,00 €	- €	Don
Mairie de Saint-Julien- en -Genevois	Fiche Randoland : St-Julien en Genevois	*	*	2,00 €	2,00 €	0%
	Fiche Randoland : St-Julien en Genevois centre ville	*	*	2,00 €	2,00 €	
Le Dauphiné	Le Salève: Guide patrimoine	*	*	8,50 €	5,94 €	30% de remise
Le Messager	Histoires extraordinaires du Genevois	*	*	9,90 €	7,92 €	20% de remise
DIVERS BOUTIQUE						
Automobile Club du mont blanc	Vignette 2023	*	*	42,00 €	41,00 €	1,00 €
Dc Paper	Affiche Dc Paper	*	*	39,00 €	20,60 €	18,40 €
Vitam	Entrée aquatique adulte 4h	*	*	17,80 €	16,80 €	
	Entrée aquatique enfant 4h	*	*	13,00 €	12,00 €	
	Entrée aquatique adulte journée	*	*	21,80 €	20,80 €	
	Entrée aquatique enfant journée 6 à 15 ans	*	*	15,40 €	14,40 €	1 €
	Entrée aquatique enfant 3 à 5 ans	*	*	5,00 €	5,00 €	
	Bien être & Spa 3h	*	*	31,40 €	30,40 €	
	Bien être & Spa 4h	*	*	37,00 €	36,00 €	
	Bien être & Spa journée	*	*	41,80 €	40,80 €	
TPG	Billet local zone 230* plein tarif/tarif réduit	*	*	1.60€/1.30€	1.55€/1.26€	
	Billet Multizones Léman Pass zones 10+230 plein tarif/tarif réduit	*	*	4.30€/3.10€	4.17€/2.94€	
	Carte 1 jour Multizones Léman Pass zones 10+230 plein tarif/tarif réduit	*	*	11.70€/8.00€	10.86€/7.76€	
	Carte 5 jours Multizones Léman Pass zones 10+230 tarifs « Tout public »	*	*	48.00 €	46.56 €	
	Billet tout Genève tarif plein/tarif réduit/AVS-AI	*	*	2.70 € / 1.70€/1.70€	2.62€/1.65€/1.65€	
	Carte journalière tout Genève plein tarif /tarif réduit/AVS-AI	*	*	8.80€/6.50€/6.50€	8.54€/6.30€	
	Carte journalière Tout Genève dès 9h plein tarif /tarif réduit/AVS-AI	*	*	7.10€/5.€ /5€	6.89€/4.85€	
	Mensuel tout Genève transmissible	*	*	88.00€	85.36 €	3 %
	Hebdo tout Genève transmissible	*	*	34.00 €	32.98 €	
	Mensuel tout Genève adulte/junior	*	*	62.00 € /40.00€	60.14€/38.80€	
	Annuel tout Genève adulte/junior	*	*	442.00 € /354€	428.74€/343.38€	
	Hebdo tout Genève (junior-senior)	*	*	20.00 €	19.40 €	
	Mensuel Multizones Léman Pass zones 10+230 adulte/jeune	*	*	96.00 € /66.90€	93.12€/64.89€	
	Annuel Multizones Léman Pass zones 10+230 adulte/jeune	*	*	748.50 € /597.00€	726.04€/579.09€	
	Mensuel local France zone 230 adulte/junior	*	*	84.00 € /27.00€	82.58€/26.19€	
	Chargement/ rechargement					
	Chargement/RechargementEUR. 20.00	*	*	20,00 €	19,40 €	
	Chargement/RechargementEUR. 50.00	*	*	50,00 €	48,50 €	3 %
	Chargement/RechargementEUR. 100.00	*	*	100,00 €	97,00 €	
	Abonnement					
	Abo annuel local zone 230 adulte/junior	*	*	306,00 € /243.00€		
	Duplicata Abo annuel local zone 84 adulte/junior	*	*	25,00 €	24,25 €	3 %
	Duplicata Abo annuel rég zones 10+84 adulte/junior	*	*	25,00 €	24,25 €	
	Duplicata Abo annuel rég court adulte/junior zone 84 + parcours	*	*	25,00 €	24,25 €	
CGN	Geneva Tour enfant	*	*	9,50 €	8,55 €	
	Geneva Tour adulte	*	*	19,00 €	17,1 €	10 %
TELEPHERIQUE DU SALEVE	Boutelle/Gourde	*	*	13,00 €	12,35 €	5 %
LEMAN France	Pass Lemman France 2 Jours	*	*	9,00 €	1,00 €	
	Pass Lemman France 4 Jours	*	*	15,00 €	1,00 €	
	Pass Lemman France Saison	*	*	30,00 €	1,00 €	0 %
BILLETTERIE						
PARTENAIRE ADHERENT	Entrée, places,	*	*	prix de vente Grand Public		5% de commission sur le tarif HT
PARTENAIRE NON ADHERENT	Entrée	*	*	prix de vente Grand Public		10% de commission sur le tarif HT

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo
et à la Communauté de Commune du Genevois
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

DEPARTEMENT DE LA
HAUTE-SAVOIE

ARRONDISSEMENT DE
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS

N° 2023-07

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 27/01/2023

Nombre de membre du comité de direction : 19

Nombre de membre présenté ou représenté : 10

Président de séance : Monsieur ANTOINE

Secrétaire de séance : Madame BUSSAT

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo : (3) Messieurs AEBISCHER et ANTOINE. Madame MARTIN est représentée par Monsieur ANTOINE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (2) Madame CACOUAULT, Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (5) Mesdames BUSSAT et COUCHOURON, Messieurs MOUCHET, TOUTAIN, VINCI.

Nombre de membres présents des socio professionnels n'ayant pas droit de vote (titulaire présents) : Monsieur BARONNET.

Membre de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA Directrice, MERCIER-BOSSÉNY Responsable ressources, RAMAULLY Responsable communication, RAMPON Responsable accueil.

Invités, membres de la CCPC : M. BRAND Président, Mesdames BOETTNER Vice-présidente au tourisme et SIEURAC chargée de missions tourisme.

OBJET : APPROBATION DES NOUVEAUX HORAIRES DES POINTS D'ACCUEILS DE L'OFFICE DE TOURISME

Vu les articles L133-3 et L133-3-1 du code du tourisme,

Considérant la volonté de l'OT de redéfinir sa stratégie d'accueil,

Considérant que ces nouveaux horaires sont conformes aux exigences du référentiel de classement en catégorie 1 de 2019,

MONTS DE GENÈVE, HAUTE-SAVOIE - FRANCE	
<p><u>Hors vacances scolaires</u> Ouverture physique au comptoir à la MMT Lundi au samedi 9h à 13h Gestion mails, téléphone, chat en back office (hors du comptoir) Lundi au vendredi: 14h à 17h</p> <p><u>Vacances scolaires zone A + Genève</u> Ouverture physique au comptoir à la MMT du lundi au vendredi 9h à 13h et 14h à 18h Le samedi de 9h à 13h et de 14h à 17h</p> <p>Jours fériés travaillés : 08/05, Ascension, Pentecôte, 14/07 ; 15/08 (de 9h à 13h) Fermés les jours fériés : 01/01, lundi de paques, 01/05, 01/11, 11/11, 25/12</p>	<p>Programme d'accueils sur le territoire: Vitam: en vacances scolaires zone A -2 fois par semaine Téléphérique du Salève Mobile : sites touristiques et/ou évènements à vocation touristique,</p>

TOTAL : 306 jours / an

Considérant que les EPCI seront consultés pour avis en bureau le 31/01/23 pour Annemasse Agglo et le 06/02/23 pour la CC du Genevois.

Au vu de cet exposé, le comité de direction,

APPROUVE à l'unanimité les nouveaux horaires des points d'accueils de l'Office de Tourisme à compter du 7 février 2023.

M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.

Le 27 janvier 2023,

affiché ou notifié le 27 janvier 2023.

Préfecture de la Haute-Savoie
CCGD / Pôle accueil courrier

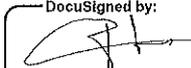
Ainsi fait et délibéré en séance,
Pour extrait conforme.

1- 3 FEV. 2023

ARRIVEE

2

Le Président
Monsieur ANTOINE

DocuSigned by:

CCAE61D97DAE479...

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo
et à la Communauté de Commune du Genevois
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

**DEPARTEMENT DE LA
HAUTE-SAVOIE**

**ARRONDISSEMENT DE
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS**

N° 2023-08

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 27/01/2023

Nombre de membre du comité de direction : 19

Nombre de membre présenté ou représenté : 10

Président de séance : Monsieur ANTOINE

Secrétaire de séance : Madame BUSSAT

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo : (3) Messieurs AEBISCHER et ANTOINE. Madame MARTIN est représentée par Monsieur ANTOINE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (2) Madame CACOUAULT, Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (5) Mesdames BUSSAT et COUCHOURON, Messieurs MOUCHET, TOUTAIN, VINCI.

Nombre de membres présents des socio professionnels n'ayant pas droit de vote (titulaire présents) : Monsieur BARONNET.

Membre de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA Directrice, MERCIER-BOSSENY Responsable ressources, RAMAULLY Responsable communication, RAMPON Responsable accueil.

Invités, membres de la CCPC : M. BRAND Président, Mesdames BOETTNER Vice-présidente au tourisme et SIEURAC chargée de missions tourisme.

OBJET : DÉBAT D'ORIENTATION BUDGÉTAIRE 2023

Conformément à l'article L 2312-1 du Code Général des Collectivités Territoriales, Monsieur le Maire invite le Conseil Municipal à tenir son Débat d'Orientation Budgétaire (DOB), afin d'examiner les grandes orientations qui présideront à l'élaboration du budget primitif 2023.

Vu les articles L. 2312-1 et L. 2531-1 du Code Général des Collectivités Territoriales, l'élaboration proprement dite du budget primitif des collectivités territoriales est précédée, pour les communes de 3500 habitants et plus, d'une phase préalable constituée par le débat d'orientation budgétaire (D.O.B.).

Mme Carole INCANDELA vous a présenté les orientations budgétaires 2023, mis en annexe de la présente délibération.

Considérant que ce débat portait sur les orientations générales à retenir pour l'exercice.

Considérant que ce débat a permis de discuter des orientations budgétaires qui préfigurent les priorités qui seront affichées dans le budget primitif et d'être informé sur l'évolution de la situation financière de la structure.

Voir annexe.

Au vu de cet exposé, le comité de direction,

DECIDE à l'unanimité de prendre acte de la tenue des débats d'orientations budgétaires à l'exercice 2023 sur la base de la note de synthèse annexée à la délibération.

M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.

Le 27 janvier 2023,

affiché ou notifié le 27 janvier 2023.

Ainsi fait et délibéré en séance,

Pour extrait conforme.

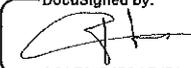
Préfecture de la Haute-Savoie
CCCD / Péri accueil courrier

- 3 FEV. 2023

ARRIVÉE

2

Le Président
Monsieur ANTOINE

DocuSigned by:


CCAE61D97DAE479...



DOCUMENT D'ORIENTATIONS BUDGETAIRES
MONTS DE GENÈVE
ANNÉES 2023 ET 2024

PARTIE I : ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

I. PRÉAMBULE

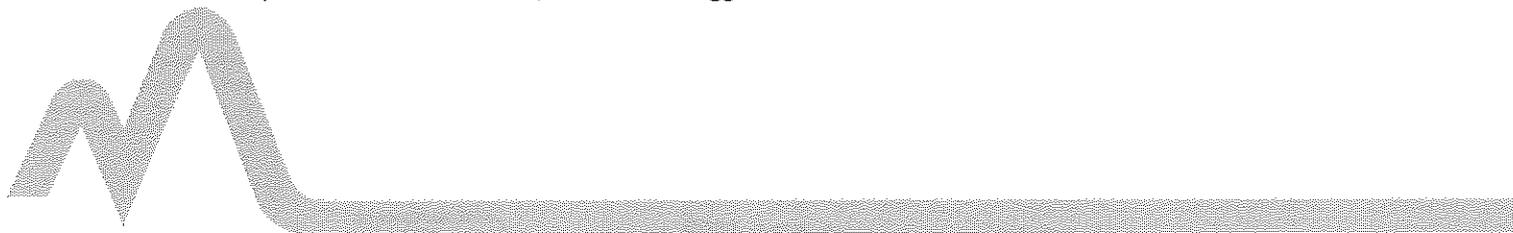
Les dispositions relatives au budget de l'EPIC sont fixées dans l'article R. 133-15 du Code du tourisme. La préparation du budget de l'Office de Tourisme en EPIC par le directeur est alignée sur les dispositions des articles du Code général des collectivités territoriales (CGCT) applicables aux collectivités, à savoir les articles L. 1612-2, L. 2221-5 et L. 2312- 1.

La procédure d'adoption du budget se déroule de la façon suivante :

- 1/ Le directeur présente au comité de direction dans un délai de deux mois précédant l'examen du budget, un rapport sur les orientations budgétaires, les engagements pluriannuels envisagés de la structure et la gestion de la dette ;
- 2/ Le rapport du directeur donne lieu à un débat au sein du comité de direction. Il est pris acte de ce débat par une délibération spécifique ;
NB : pour les Offices de Tourisme situés dans les communes de plus de 10 000 habitants, ce rapport doit comporter en outre la présentation de la structure et l'évolution des dépenses et des effectifs, l'évolution prévisionnelle et l'exécution des dépenses de personnel, des rémunérations, des avantages en nature et en temps de travail.
- 3/ Le budget de l'Office de Tourisme en EPIC est adopté sur cette base par délibération du comité de direction dans un délai de 2 mois (60 jours) suivant l'examen du budget (DOB).
- 4/ Le budget adopté est transmis pour approbation au conseil municipal ou aux organes délibérants des EPCI qui font connaître leur décision dans un délai de trente jours. En l'absence de décision expresse dans ce délai, le budget est considéré comme approuvé.

La date d'adoption du budget fixée par Annemasse Agglo et la Communauté de Communes du Genevois est le 02 mai 2023 au plus tard.

Pour rappel, la convention d'objectifs triennale (2021-2023) entre l'Office de Tourisme des Monts de Genève, Haute-Savoie – France, Annemasse Agglo et la Communauté de Communes du Genevois, fixe les





engagements pluriannuels en termes de développement touristique, et indique les objectifs et perspectives de l'Office de Tourisme des Monts de Genève.

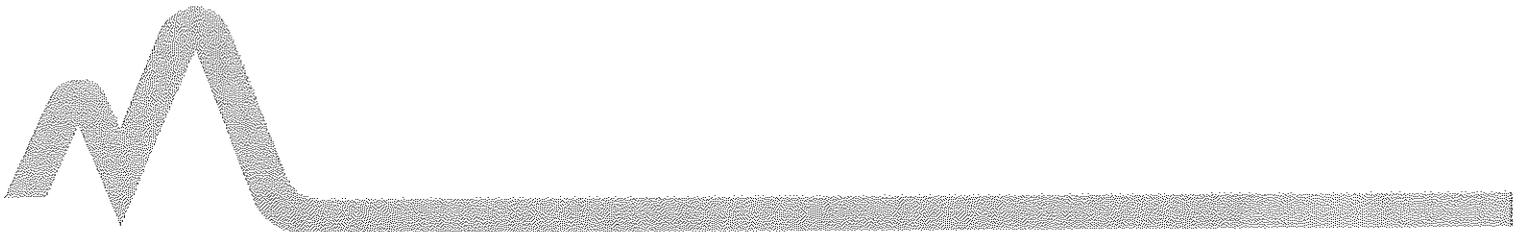
Ci-dessous la synthèse des points fondamentaux sur lesquels l'Office de Tourisme s'est engagé afin de consolider sa notoriété et son image de marque auprès de sa clientèle.

Un plan marketing annuel, des moyens humains, matériels et financiers sont déployés pour répondre aux enjeux et ambitions de la destination.

- Enrichir l'identité du territoire, déterminer ce qui la rend si particulière, créer une personnalité affirmée pour la destination en la co-construisant avec les acteurs touristiques locaux et les habitants.
- Assurer la reconnaissance de l'identité par la population locale.
- Assurer un développement touristique qui réponde aux attentes et nouveaux usages des clientèles touristiques, notamment en termes de mobilité, de développement durable et de numérisation.
- Accompagner davantage les acteurs touristiques dans le développement de leur activité et la connaissance du secteur touristique.
- Affirmer le rôle « d'expert touristique » de l'Office de Tourisme et sa légitimité à émettre des préconisations et suggestions sur la stratégie et les projets de développement touristiques.
- Affirmer son rôle de contributeur de l'économie touristique du territoire et sa légitimité à développer des projets en ce sens.
- Renforcer les collaborations avec les acteurs locaux (et notamment les 29 communes du territoire), touristiques, les communes limitrophes et mutualiser les forces pour mener à bien plus de projets d'envergures.
- Garantir la qualité des services de l'Office de Tourisme tout en assurant leur adaptation aux mutations sectorielles et économiques.
- Créer de la nuitée pour assurer l'équilibre budgétaire de l'Office de Tourisme qui repose en partie sur la Taxe de séjour.
- Développer des ressources financières complémentaires à la taxe de séjour (ventes de services et produits, mécénat, etc.).

II. ÉTAT DES LIEUX DE LA CONJONCTURE ÉCONOMIQUE

Pour rappel, la crise sanitaire de 2020/2021 a eu de fortes répercussions sur le tourisme. Depuis, ce secteur fait face à des mutations temporaires, mais aussi pérennes qui se manifestent dans la consommation touristique et les habitudes des clientèles « loisirs » et « affaires ».





La stratégie de l'OT a donc évolué pour s'adapter avec agilité et entreprendre des projets en corrélation avec les nouvelles attentes des clientèles (numérisation des services, personnalisation des contenus, évolution des canaux d'information ...)

Après deux années instables, la situation s'est nettement améliorée et les nouveaux projets engagés semblent répondre aux enjeux actuels du secteur.

État des lieux de l'année 2022 - Échelle régionale :

Le bilan de l'année 2022 est positif pour le tourisme. Les chiffres clés communiqués par les observatoires nationaux et régionaux sont rassurants.

Voici quelques indicateurs révélateurs de la reprise du tourisme sur la Région Auvergne Rhône-Alpes :

- 2ème région France
- Le tourisme représente 8% du PIB sur la Région AURA
- 191.2 millions de nuitées enregistrées
- 14 milliards € de consommations touristiques
- 221 500 emplois dans le domaine du tourisme
- 1.5 milliard € investis dans le tourisme

État des lieux de l'année 2022 - Échelle locale :

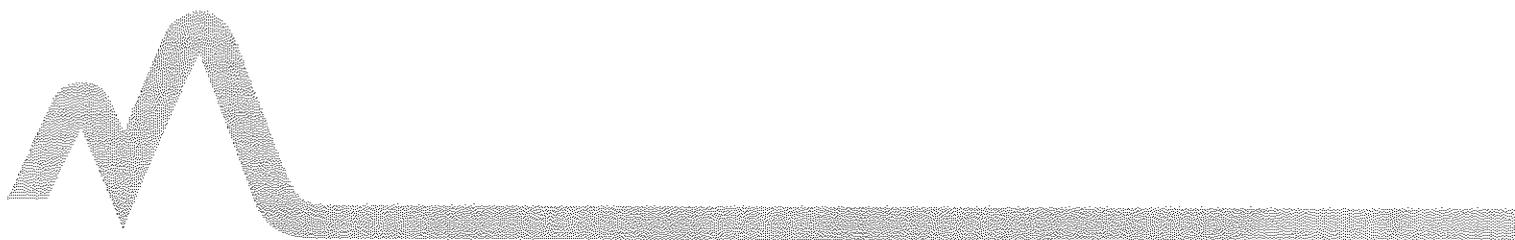
En ce qui concerne l'Office de Tourisme des Monts de Genève, l'année 2022 a permis la mise en place d'un plan d'actions en adéquation avec la reprise du secteur, perceptible dès le mois d'avril.

Cependant, si les taux d'occupation des hébergements ont été nettement meilleurs que ceux de 2021, ils restent inférieurs à ceux de 2019, sans doute à cause d'une augmentation de l'offre (Novotel, AC Mariott, hébergement locatif de tourisme...).

Le taux d'occupation moyen de nos hôtels est d'environ 65 %. Ce chiffre est un minimum pour que l'établissement fonctionne et puisse avoir les moyens de procéder aux travaux nécessaires à son entretien.

Le chiffre d'affaires des hôtels est à 65 % constitué par une clientèle « affaires ».

L'occupation est d'environ 60% le lundi, 90 % le mardi et le mercredi, 60 % le jeudi et 20% le reste de la semaine quand il n'y a pas d'évènements particuliers (ex Tour de France).





Les hôteliers ont donc d'importantes disponibilités mobilisables dans les fins de semaine - vendredi, samedi et dimanche.

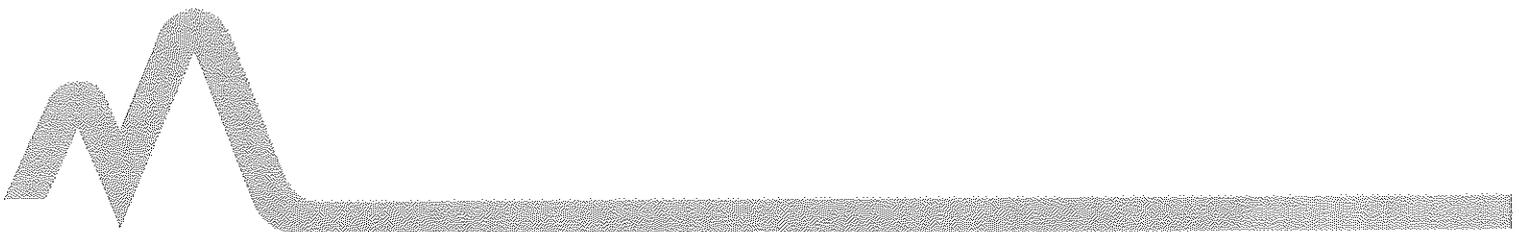
A ce jour, beaucoup d'hôteliers sont inquiets pour leur survie financière devant l'augmentation du coût de l'énergie et des produits.

Il faut rappeler que plus de la moitié des ressources financières de l'OT est générée par la Taxe de séjour et donc par les investissements et la qualité du service apportés par les hôteliers.

Voici un extrait de chiffres d'affaires déclarés par les hôteliers durant l'année.

A noter : Les montants 2022 sont certes inférieurs par rapport à 2019, année de référence, mais nettement supérieurs que ceux déclarés en 2020 et en 2021.

DECLARATIONS				
	2019	2020	2021	2022
JANVIER	38 643,02 €	41 006,58 €	19 067,34 €	33 282,30 €
FEVRIER	47 294,90 €	52 927,95 €	20 584,55 €	42 312,50 €
MARS	62 587,33 €	20 449,80 €	22 787,36 €	46 106,92 €
AVRIL	48 271,53 €	1 458,24 €	19 576,10 €	43 242,10 €
MAI	59 328,83 €	7 234,23 €	24 737,39 €	59 366,73 €
JUIN	63 396,70 €	19 857,94 €	32 182,19 €	61 835,64 €
JUILLET	66 356,96 €	38 178,62 €	49 911,74 €	70 992,84 €
AOÛT	69 889,99 €	49 690,82 €	59 783,08 €	78 459,03 €
SEPTEMBRE	55 766,21 €	33 608,44 €	41 623,21 €	59 301,64 €
OCTOBRE	53 034,64 €	30 845,85 €	46 266,82 €	64 248,30 €
NOVEMBRE	45 108,73 €	18 652,91 €	40 578,13 €	54 295,80 €
DÉCEMBRE	50 626,13 €	20 226,47 €	39 186,38 €	52 987,13 €
TOTAL	660 304,97 €	334 137,85 €	416 283,79 €	666 430,93 €





EVOLUTION					
Evolution entre 2019 et 2020		Evolution entre 2020 et 2021		Evolution entre 2021 et 2022	
2 363,56 €	6,12%	-21 939,24 €	-53,50%	14 214,96 €	74,55%
5 633,05 €	11,91%	-32 343,40 €	-61,11%	21 727,95 €	105,55%
-42 137,53 €	-67,33%	2 337,56 €	11,43%	23 319,56 €	102,34%
-46 813,29 €	-96,98%	18 117,86 €	1242,45%	23 666,00 €	120,89%
-52 094,60 €	-87,81%	17 503,16 €	241,95%	34 629,34 €	139,99%
-43 538,76 €	-68,68%	12 324,25 €	62,06%	29 653,45 €	92,14%
-28 178,34 €	-42,46%	11 733,12 €	30,73%	21 081,10 €	42,24%
-20 199,17 €	-28,90%	10 092,26 €	20,31%	18 675,95 €	31,24%
-22 157,77 €	-39,73%	8 014,77 €	23,85%	17 678,43 €	42,47%
-22 188,79 €	-41,84%	15 420,47 €	49,99%	17 981,98 €	38,87%
-26 455,82 €	-58,65%	21 925,22 €	117,54%	13 717,67 €	33,81%
-30 399,66 €	-60,05%	18 959,91 €	93,74%	13 800,75 €	35,22%

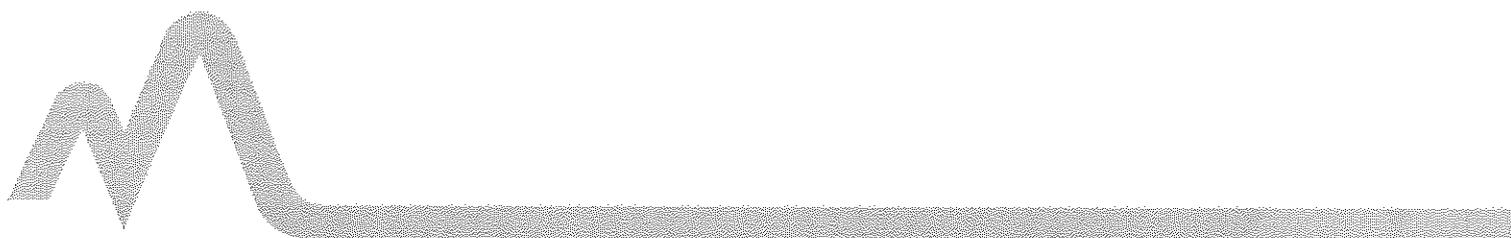
Par ailleurs, nous notons que durant l'année 2022 de nombreux événements publics et privés ont pu être maintenus, répertoriant à chaque fois de bons taux d'occupation au sein des hébergements.

L'événement Com les Pros, co-organisé avec les OT de Faucigny-Glières et Cluse Arve et Montagnes a pu être réalisé, répertoriant de bonnes performances en termes de visitorat et de retombées médiatiques.

Le projet du Roadbook, activé début 2022, a quant à lui mobilisé de nombreuses ressources de l'OT, mais a redessiné et redimensionné la mission des conseillers en séjour. Une forte valeur ajoutée pour le pôle accueil qui peut désormais effectuer un accueil plus qualitatif hors les murs.

De surcroît, cet outil performant et intuitif sera un atout pour les acteurs touristiques locaux puisqu'il pourra être déployé chez eux (ex : Le camping La Colombière, le Téléphérique du Salève, etc. qui pourront utiliser le Roadbook pour renseigner leurs clients).

Le projet RoadBook, identifié comme « pilote », a reçu une aide de 12 985.20 € de l'Agence Savoie Mont-Blanc par l'intermédiaire de la fédération départementale des OT (Innovation & Développement Tourisme). Cette aide a couvert les charges de déploiement du RoadBook.





En ce qui concerne le service commercial, nous notons une reprise dynamique des sollicitations clients et des dossiers réceptifs conclus. Un regain qui conforte le service et leur permet d'affirmer leur positionnement stratégique sur la dimension « tourisme d'affaires ».

Voici quelques indicateurs du pôle. L'année 2022 est comparée à 2018 et 2019 puisque les dossiers ont tous été annulés en 2020 et 2021.

(Retombées économiques HT générées chez les socio pros)

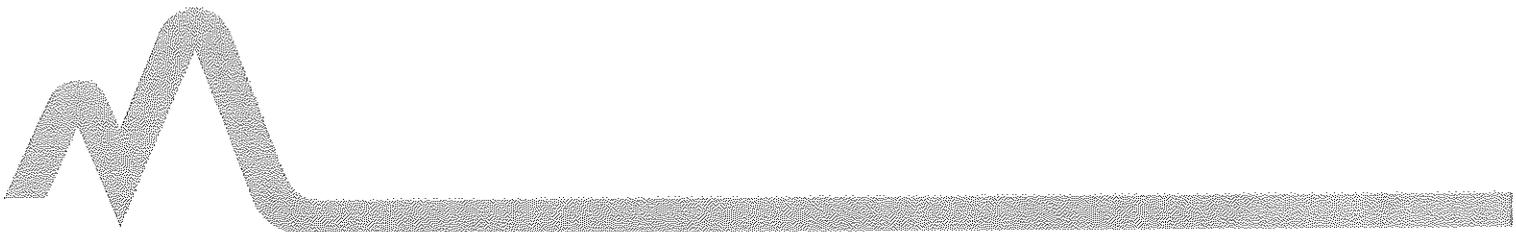
2018	NBRE TOTAL DEMANDES	49
	DEMANDES ANNULEES	28
	DEMANDES CONFIRMÉES	21
	CA COMMISSION ET MARGES	1 546,56 €
	FRAIS DE DOSSIER	1 653,15 €
	RECETTE TOTALE	3 199,71 €

2019	NBRE TOTAL DEMANDES	14
	DEMANDES ANNULEES	24
	DEMANDES CONFIRMÉES	38
	CA COMMISSION ET MARGES	2 035,86 €
	FRAIS DE DOSSIER	150,00 €
	FRAIS D'ANNULATION	371,74 €
	RECETTE TOTALE	2 557,60 €

2022	NBRE TOTAL DEMANDES	17
	DEMANDES ANNULEES	9
	DEMANDES CONFIRMÉES	26
	MARGE ACHAT-VENTE	955,00 €
	CA COMMISSION	1 821,00 €
	FRAIS DOSSIER / ASSISTANCE	497,00 €
	RECETTE TOTALE	3 273,00 €

Les bilans du pôle communication - promotion sont également positifs.

L'équipe a repensé la stratégie pour renforcer l'équilibre 4 saisons, la complémentarité "ville, campagne, montagne" et l'implication des partenaires dans les projets. Les résultats sont très satisfaisants. Les campagnes sont performantes avec des indicateurs souvent au-dessus des moyennes enregistrées sur le secteur. Les supports produits en interne (le magazine, les brochures, etc.) rencontrent l'adhésion des publics.





Des résultats qui permettent à la structure d'asseoir sa notoriété locale et régionale, ainsi qu'auprès des acteurs institutionnels et nos communes membres.

Pour conclure, comme pour les années antérieures, dans l'objectif de projeter la vision à 2 voire 3 ans et faire sens avec la convention triennale de 2021-2023, le Document d'Orientations Budgétaires ci-dessous présentera des prévisions anticipées pour les années N, N+1 et N+2. Cela permet d'anticiper et d'optimiser la stratégie de l'Office de Tourisme des Monts de Genève.

III. INGÉNIERIE TOURISTIQUE

Deux grands projets structurants vont venir redimensionner la destination et modifier le fonctionnement de la structure à partir de 2023.

A. Élargissement de la Destination au Pays de Cruseilles

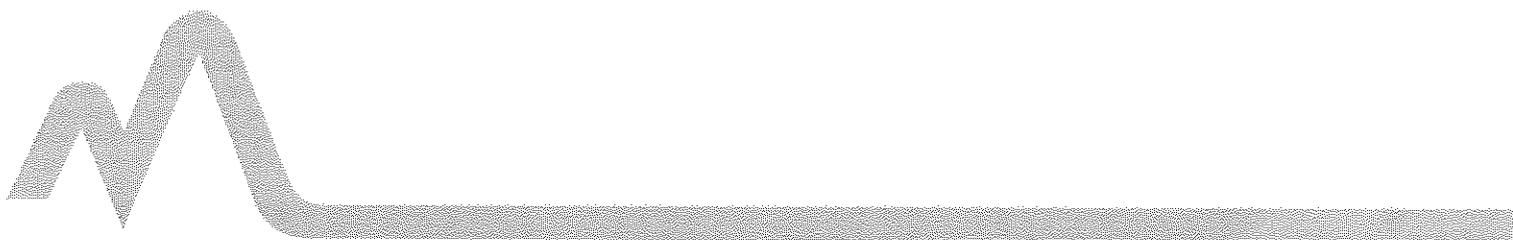
Comme cela avait été convenu lors des instances politiques 2021, des pourparlers avaient été menés entre l'Office de Tourisme et la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles (CCPC) pour discuter d'un élargissement de la destination, notamment suite à la dissolution de leur Office de Tourisme, AlterAlpa.

Après plusieurs rencontres politiques et techniques, puis des échanges avec la Préfecture de Haute-Savoie, il a été convenu que le partenariat soit formalisé grâce à la rédaction d'une convention de partenariat.

En parallèle, pour valider officiellement l'activation du partenariat, une modification statutaire a été approuvée en conseils communautaires par Annemasse Agglo et la Communauté de Communes du Genevois (décembre 2022), permettant ainsi à l'Office de Tourisme des Monts de Genève de collaborer avec une autre collectivité que ses deux EPCI de tutelle.

La convention de partenariat, active à partir du 1er janvier 2023, pour une durée d'un an, actera la mise en place et la pleine intégration de la CCPC et de ses socioprofessionnels dans toutes les actions portées par l'OT, ainsi que la collecte et la gestion de la taxe de séjour.

L'objectif 2023, sera de laisser le temps à l'OT d'appréhender et de se saisir des enjeux de la CCPC pour conforter la CCPC à fusionner avec les deux autres EPCI à partir de 2024 (année de renouvellement de la convention triennale 2024-2026).





Par ailleurs, afin de représenter tout le Salève, des discussions transversales ont eu lieu avec la Communauté de Communes Arve et Salève (CCAS) dans l'objectif de les intégrer dans la même dynamique que la CCPC.

Cependant, après avoir lancé une étude de territoire, co-construite et alimentée par les habitants de la collectivité, les priorités de la CCAS sont avant tout données à des urgences comme la mobilité, l'habitat, etc.

Cela étant, la promotion du Salève et des acteurs qui le constituent reste un axe de réflexion de la CCAS qui doit être creusé conjointement entre CCAS et l'OT, courant 2023.

B. Etude Schéma Développement Tourisme de la Destination :

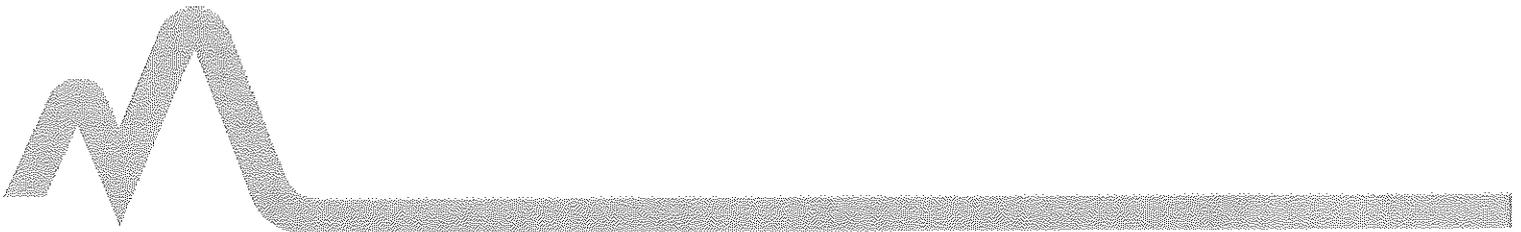
Le schéma de développement touristique constitue un outil d'aide à la décision permettant de mettre en œuvre une politique touristique durable et concertée sur le territoire.

Annemasse Agglomération et la Communauté de Communes du Genevois ont mandaté un cabinet extérieur pour :

- Définir les axes prioritaires en matière de développement touristique pour accroître les performances touristiques du territoire,
- présenter un projet cohérent et partagé par les acteurs publics et privés afin de créer une plus grande synergie, et permettre la mutualisation des moyens financiers et actions de communication avec les acteurs locaux,
- définir une stratégie qui soit en adéquation avec les projets de territoire des deux EPCI, leurs documents de planification (SCoT) et la politique touristique départementale,
- apporter une vision prospective pour s'adapter à un marché de plus en plus complexe et en évolution : nouveaux comportements, nouvelles tendances, concurrence accrue, digitalisation, et éco-tourisme,
- définir et prioriser un programme d'actions concrètes et réalisables,
- proposer un système de suivi, d'évaluation et de mise à jour du schéma.

Les enjeux de cette mission sont multiples pour le territoire :

1. Faire rayonner le territoire touristique de la destination, et plus largement du Genevois français, à l'échelle régionale et internationale,
2. travailler à la valorisation touristique des équipements structurants : mise en place de services sur les tracés de Saint-Jacques de Compostelle, des véloroutes et particulièrement de la Via Rhôna, de la route des « 5 lacs » (label Vélos...), mise en réseau des acteurs touristiques situés à proximité de

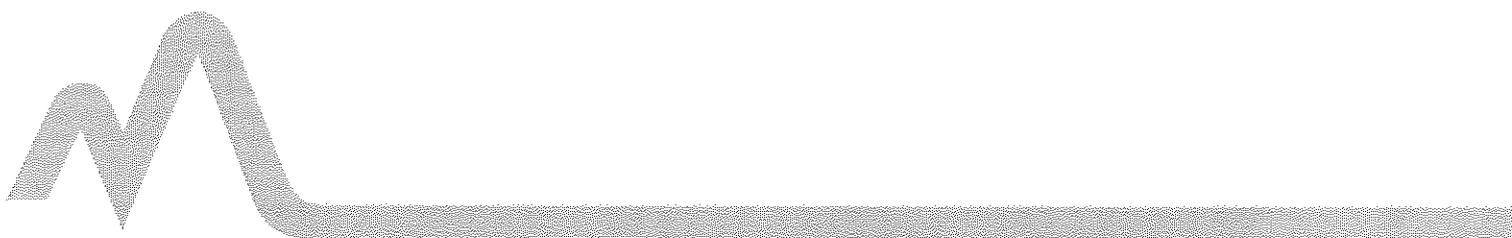




- ces équipements et leur accompagnement, valorisation d'équipements comme le Téléphérique du Salève ou le Centre de convention, favoriser l'accueil des camping-caristes, améliorer la signalétique touristique du territoire,
3. favoriser un tourisme durable, et tirer les leçons de la crise sanitaire en 2020 (accompagnement des acteurs touristiques, redonner une place prioritaire au tourisme dit « de proximité »),
 4. valider ou questionner les projets en cours de réflexion pour les années à venir, à savoir notamment :
 - Une action à moyen terme de valorisation touristique vélos ou séjour itinérance (randonnées, cyclotourisme),
 - Préservation et mise en tourisme « responsable » des monts Salève, Vuache et Voirons;
 - Questionner les projets d'équipements grand public et espaces qui pourraient être adaptés à une clientèle séminaire (Halle Taponnier Annemasse, le Complexe Martin Luther King, etc.)
 5. réalisation d'un diagnostic dynamique et prospectif du territoire en matière de développement touristique partagé avec les acteurs locaux, en capitalisant fortement sur un certain nombre d'études déjà réalisées récemment, et notamment l'étude sur les hébergements touristiques marchands sur le territoire, conduite par l'Office de Tourisme des Monts de Genève fin 2019,
 6. définition d'orientations stratégiques,
 7. établissement d'un plan d'actions phasé sur 5 ans et ses éléments de suivi.

Après un an rythmé par un audit complet, des interviews, des ateliers et comités de pilotage, le cabinet d'étude a rendu un plan d'actions visant à redéfinir les priorités et nécessités en termes de développement touristique.

De plus, des fiches actions détaillées accompagnent le plan d'actions pour permettre de définir les dispositifs et leviers à activer, les maîtrises d'ouvrage concernées, les financements et ressources humaines nécessaires.





Voici les axes de développement préconisés par le cabinet :

<p>AXE 1 Faciliter le déplacement et améliorer l'accessibilité-mobilité de visiteurs et de résidents</p>	<p>1. Observer et promouvoir l'usage touristique des transports collectifs desservant le territoire des Monts de Genève 2. Considérer le rôle pivot de la Maison de la Mobilité et du Tourisme à Annemasse 3. Renforcer la mise en tourisme des axes verticaux et des sentiers de randonnée</p>
<p>AXE 2 Structurer et optimiser le système des filières et des territoires (habités et dépeuplés)</p>	<p>4. Fédérer et attirer la mise en réseau des acteurs du tourisme et des loisirs 5. Coordonner le développement de la filière touristique d'affaires par la mise en place d'un réseau des contacts et des adresses 6. Assurer le développement maîtrisé des sports et loisirs de pleine nature, leur promotion et commercialisation 7. Accueillir les professionnels dans le design de nouvelles offres touristiques et de loisirs complémentaires</p>
<p>AXE 3 Faire connaître et reconnaître les territoires emblématiques du Genevois français</p>	<p>8. Engager un projet national de présentation et de valorisation complète du massif du Salève et des Monts Visants et Visches 9. Encourager les admissions et initiatives utilisant les ressources paysagères et culturelles du territoire au profit de la thématique de la montagne 10. Impulser la création d'un événementiel fédérateur 11. Bâti une stratégie de communication autour des éléments clés du positionnement</p>
<p>AXE 4 Doter les Monts de Genève d'une organisation efficace et moderne</p>	<p>12. Redéployer le dispositif d'accueil et d'information touristique de territoire, en renforçant le rôle de l'accueil mobile et numérique 13. Mettre à jour les réseaux (habitat et nouveaux arrivants) au offre touristique en place existante 14. Mettre en place une cellule d'accompagnement conseil et d'expertise pour les porteurs de projet et les professionnels 15. Renforcer la synergie partenariale en matière d'observation, promotion et commercialisation touristique</p>

IV. PERSPECTIVES MARKETING DES MONTS DE GENÈVE

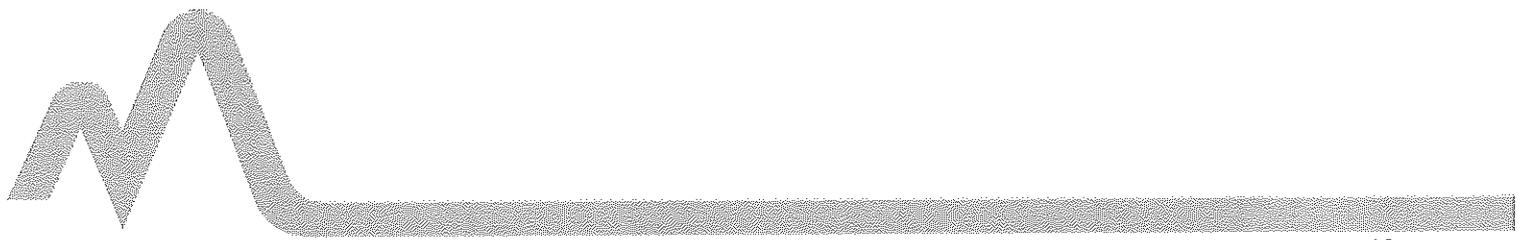
Comprendre son marché est indispensable pour prendre de la hauteur. Pour cela il faut connaître et comprendre :

- l'OFFRE de la destination;
- les acteurs socioprofessionnels et les institutionnels qui composent l'écosystème;
- l'environnement culturel, politique et économique;
- la concurrence, ses offres touristiques, son positionnement marketing et ses clientèles;
- notre structure, son histoire, nos compétences, notre discours, nos outils, nos indicateurs et nos offres, etc. ;
- et s'assurer que les systèmes de distribution sont adaptés : comment les consommateurs accèdent-ils à l'offre ?

A. POSITIONNEMENT MARKETING

Les tendances en termes de marketing ne cessent d'évoluer. Si historiquement le positionnement des Monts de Genève était exclusivement axé sur les 4 P (Produit, Prix, Place et Promotion), les attentes du client et les nouvelles façons d'interagir avec lui ont fait prendre à l'OT un nouveau virage.

Dès lors, le positionnement marketing communication et commercial sera tourné vers les 4 E (Emotion – Exclusivité – Engagement – Expérience).





Les 4 E sont un cap, des indicateurs clés qui permettront à l'OT de définir les objectifs aussi bien quantitatifs que qualitatifs. L'expérience client, son parcours et son engagement sont devenus des critères importants. Le client final est au cœur de toute stratégie marketing.

- **Emotion** : Le choix du message est fondamental, car il permet de séduire le client et de l'inciter à consommer une offre touristique. Créer de l'émotion dans le message, faire vivre une expérience au client au travers d'une offre, d'un texte éditorial est tout un art, basé sur les 5 sens de l'être humain (stimuli commerciaux).
- **Expérience** : Créer une relation entre nous et le client, le fidéliser dès le premier contact. L'expérience client est cruciale dans la stratégie, car si le client est satisfait du produit, il en parlera autour de lui et deviendra un réel atout.
- **Exclusivité** : Le consommateur d'aujourd'hui veut du sur-mesure et l'impression d'un traitement unique. Adapter le discours est nécessaire pour attirer son attention !
- **Engagement** : L'objectif de ce point est de faire participer le consommateur, par exemple en lui soumettant un sondage, en l'incitant à donner son avis et faire en sorte qu'il devienne acteur.

B. LES CIBLES

Bien comprendre les attentes de la clientèle est un point fondamental d'une stratégie de développement réussie.

L'analyse des parcours clients est au cœur des stratégies marketing pour mener rapidement des actions pertinentes et évolutives. L'Office de Tourisme a repensé la manière de promouvoir la destination et son offre touristique sous une nouvelle dimension orientée sur les parcours clients des visiteurs.

Dans l'optique d'adapter son offre à une clientèle variée et des tendances de consommation qui ne cessent d'évoluer vers de la personnalisation, l'Office de Tourisme des Monts de Genève a façonné des Personas dédiés à la cible grand public et d'autres à la clientèle affaires avant de construire ses offres.

Pour rappel, le principe de ce concept marketing est de créer une représentation semi-fictive du voyageur/client idéal à fort potentiel. Les personas facilitent la création ou le ciblage des contenus et des offres, l'optimisation du temps et des ressources de l'équipe.

Ils permettent de proposer des offres spécifiques et en affinité avec les attentes de la cible qu'ils représentent.

Grâce à la mise en place de Persona, l'Office de Tourisme a gagné en souplesse et en efficacité.

Sa situation géographique hybride « nature – urbaine », sa proximité avec Genève, ses nombreux équipements pour le loisir et les affaires lui offrent la possibilité de travailler des cibles hétérogènes, aussi bien familiale que professionnelle. Positionnement largement confirmé par les résultats du schéma de développement touristique.



Les PERSONAS :

Les personas créés par l'équipe de l'OT sont nés grâce à l'analyse des indicateurs clés par service, les retours clients recensés via les différents supports (site web, réseaux sociaux, retours clients par l'accueil, etc.). Un persona n'est viable dans le temps que s'il est actualisé.

Il existe actuellement plusieurs personas « grand public » :

- Le nouvel arrivant
- L'habitant du territoire
- L'excursionniste régional
- L'excursionniste international
- L'excursionniste en itinérance
- La jeune famille

A note : Les personas doivent impérativement évoluer au fil du temps pour rester pertinents et exploitables. L'équipe de l'OT devra retravailler ses personas en fonction des indicateurs pour réadapter ses produits et son offre (données numériques fréquentations réseaux sociaux ou site web etc., vente de produits boutiques, fréquentation événements hors les murs, etc.).

Pour les personas liés à la typologie « affaires » :

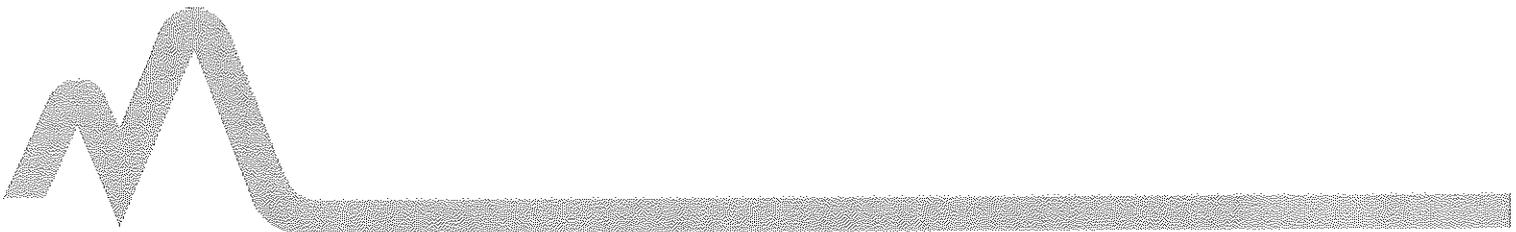
- Le /la Chef d'entreprise ou le/la secrétaire de direction qui recherche une idée de team building
- Le /la Chef d'entreprise ou le/la secrétaire de direction qui recherche une salle de réunion
- L'agent événementiel
- Le/la congressiste
- etc.

C. ÉVOLUTION DE LA MARQUE MONTS DE GENEVE

Depuis 2018, l'Office de Tourisme des Monts de Genève a lancé une procédure d'enregistrement auprès de l'INPI - Institut National de la Propriété Industrielle, afin de protéger sa marque « Monts de Genève ».

Cependant, nous avons reçu par le biais du cabinet d'avocats qui nous conseillait, un courrier présentant une « décision de refus provisoire partiel » de la part de l'INPI. Plusieurs classes nécessaires à notre activité touristique de promotion étaient visées.

Le cabinet qui nous suivait dans cette démarche nous avait préconisé d'abandonner les classes visées pour aller dans le sens du rejet de l'INPI, puis d'effectuer un second dépôt de marque mais cette fois-ci au niveau de la Polynésie Française.





Action réalisée par le cabinet et pour laquelle nous avons reçu une réponse positive. D'après un courrier, notre marque serait enregistrée en Polynésie Française pour une durée de 10 ans.

Après concertation, un changement l'entité de conseil a été effectué au profit d'un cabinet d'avocat spécialisé dans les dépôts de marque pour les institutionnels.

Sur demande, le cabinet a réalisé un audit des risques et des solutions possibles.

Il semblerait que nous soyons contraints d'indiquer une « mention limitative » sur toutes les classes souhaitées puisque la dénomination de « Genève » est utilisée.

Cette contrainte vient à l'opposé des intentions de l'OT qui souhaite pouvoir poursuivre son activité en travaillant avec des prestataires français. Imposer et indiquer une limite à la « Suisse », comme par exemple concevoir des produits en Suisse serait une déclaration mensongère si l'OT continue à créer en France.

L'enjeu est de taille puisque la marque est non protégée, limitant drastiquement les possibilités de nous opposer à un tiers qui exploiterait un signe identique ou similaire à nos produits et services.

Des interrogations ont été soulevées sur l'issue favorable de ce problème.

A l'heure où le territoire s'élargit à d'autres territoire, la marque devrait peut-être évoluer aussi.

V. AXES STRUCTURANTS

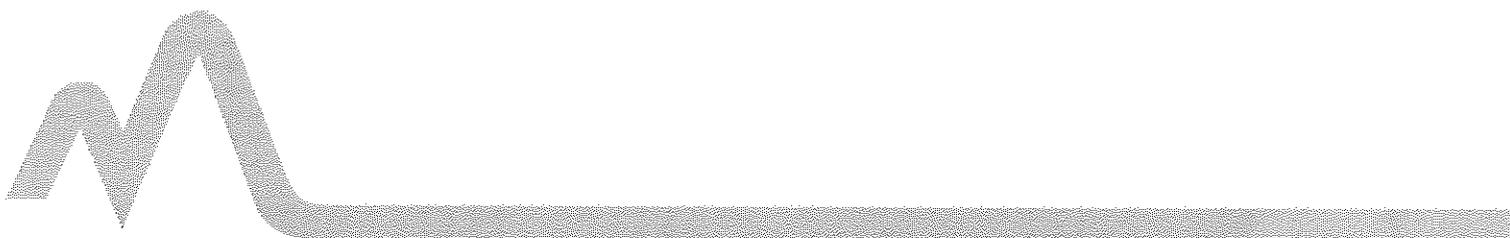
Le positionnement marketing se base sur quatre axes majeurs structurants qui seront travaillés durant l'année 2023.

Le plan marketing annuel et les actions opérationnelles viendront traiter ces quatre axes.

V.1. Axe Loisirs / Grand Public :

La stratégie « loisirs » de l'Office de tourisme est construite en adéquation avec l'offre du territoire, mais également en corrélation avec les priorités touristiques déterminées par la région Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme. Cela contribue à la mise en place de projets cohérents avec les futurs aménagements ou offres touristiques, mais aussi de projets pouvant bénéficier d'une mutualisation des moyens et d'un soutien pour leur mise en place.

V.1.a. Le tourisme « bienveillant » et « durable » :





Tout comme la Région Auvergne Rhône-Alpes, l'OT a à cœur de valoriser des offres, des initiatives et des partenaires respectueux de l'environnement, du lien social et de l'économie locale. Faire évoluer les activités touristiques en ce sens requiert une adaptation progressive de l'offre. Le rôle de l'OT est donc d'accompagner ses partenaires touristiques dans les démarches (initiatives d'intérêt général, labellisation...) qui les aideront à s'engager plus durablement et de valoriser les initiatives existantes sur la destination.

V.1.b. Itinérance :

Monts de Genève est une destination traversée par de grands itinéraires pédestres (chemin de Saint-Jacques de Compostelle, GR Balcon du Léman) et cyclos (ViaRhôna, Voie Verte, Traversée des 5 lacs) en cours de développement en termes d'aménagement, mais aussi de notoriété. Les clientèles touristiques se montrent de plus en plus intéressées par ces offres. L'Office de Tourisme suivra donc attentivement ces grands projets et proposera des actions pour les valoriser auprès de partenaires touristiques ou du grand public.

V.1.c. La pleine nature 4 saisons :

Destination entre campagne, moyenne montagne et ville, les Monts de Genève offrent une palette de loisirs 4 saisons. Les demandes des clientèles touristiques, mais aussi endogènes se concentrent principalement sur l'offre de pleine nature.

V.1.d. Stratégie d'accueil et déploiement du Roadbook :

L'équipe de l'OT se doit de redéfinir sa stratégie d'accueil pour s'adapter aux nouvelles conditions, sans perdre son classement et son engagement vis-à-vis de la Qualité Tourisme :

- les visiteurs utilisent de moins en moins les Bureaux d'Information Touristique (BIT), (le taux de fréquentation moyen généralement admis est inférieur à 10% ;
- les 2 BIT (MMT et UCPA Vitam) souffrent de longues périodes d'ouverture sans flux touristiques ;
- les difficultés à recruter au poste de Conseiller en séjour (profil expert de territoire) dans un environnement RH fortement concurrentiel ;
- l'élargissement de la destination aux Pays de Cruseilles ;
- l'investissement dans un outil de conseil en séjour numérisé (RoadBook) facilitant l'accueil hors les murs et l'essaimage avec des partenaires comme certains hébergeurs, les mairies, etc.



Le rapport du cabinet d'étude abonde fortement sur les préconisations de l'équipe :

Le re-classement en catégorie 1 par anticipation permettrait à l'accueil de redessiner son positionnement ainsi que ses horaires d'ouverture.

Plusieurs avantages :

- 1 seul bureau à horaire fixe à gérer (plus de flexibilité et adaptabilité) ;
- évolution du nombre de jours d'ouverture obligatoire (passant de 305 à 240 jours) ;
- suppression de l'obligation d'ouvrir le dimanche en période de fréquentation touristique.

L'objectif de ce repositionnement permettra à l'équipe accueil d'être plus mobile, plus active pour de la production de contenus et plus agile pour activer et former les partenaires à l'utilisation du Roadbook qui contribuera au déploiement des points d'accueil sur le territoire.

V.1.e. Accompagnement de la dynamique événementielle du territoire* :

La part d'investissement de l'OT sur des événements locaux rayonnants a été déterminée en fonction de 3 niveaux d'implication, en accord avec les EPCI :

1) « ÉVÉNEMENTS À RAYONNEMENT TOURISTIQUE » :

Ex : Festival Guitare en Scène, Léman Blues Festival, les Grandes Médiévales ou bien des événements à fortes fréquentations comme le Tour de France 2023.

Les dispositifs de valorisation et les apports de l'Office de Tourisme seront plus intenses.

Collaboration active de l'OT : Stratégie marketing, moyens financiers engagés, commercialisation de produits packagés, etc.

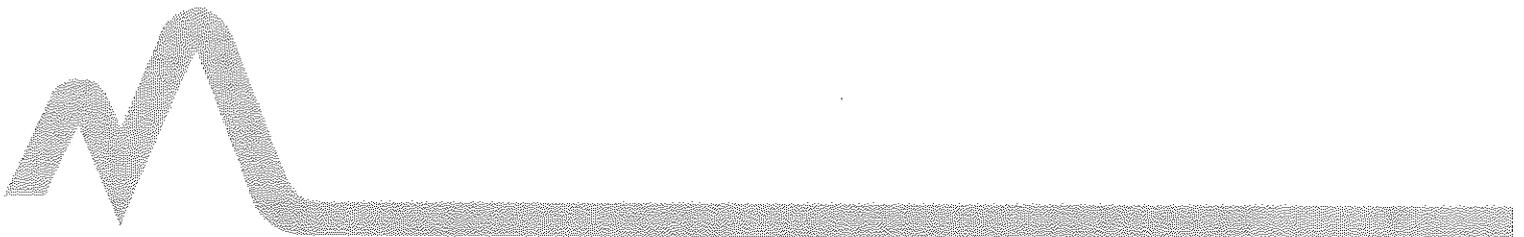
2) « ÉVÉNEMENTS À RAYONNEMENT LOCAL – GRAND GENÈVE » :

Dispositif de valorisation et participation de l'OT mesurée.

3) « ÉVÉNEMENT POUR LES HABITANTS » :

Relai de l'information sur les supports digitaux uniquement (agenda, site internet).

*Pour rappel, l'OT participe à la valorisation de l'événementiel de la destination, mais ne dispose pas des moyens nécessaires à la conception d'événements.





V. 2. Axe « Affaires » :

Les conclusions du Schéma de Développement Touristique ont permis de confirmer la nécessité pour l'OT de changer son positionnement et les priorités à donner au niveau de ses clientèles.

En effet, historiquement, l'OT déployait des moyens importants au niveau des cibles grand public en minimisant ses investissements sur les clientèles affaires, qui contribuent fortement à la consommation touristique de la destination (hébergement, séminaires, etc.).

Un des objectifs de l'année 2023 est de rééquilibrer les moyens en investissant davantage sur les actions tournées vers la clientèle affaires.

Ainsi, pour asseoir son positionnement affaires, l'équipe des Monts de Genève a retravaillé leur politique d'adhésions pour donner naissance au « Club affaires ».

Cette stratégie a été construite et confortée après des échanges et des collaborations avec le Centre de convention by Archparc, Rochexpo et les partenaires professionnels proposant des offres adaptées à la clientèle business.

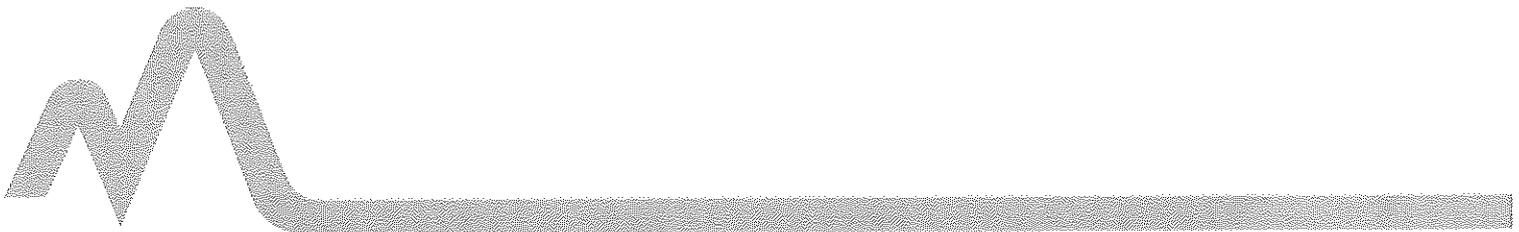
V.2.a. Club Affaires :

Le « Club Affaires » a pour volonté d'établir une différence selon que le partenaire adhérent bénéficie d'une valorisation « grand public » ou selon la diversité et la nature de ses offres. Il peut alors prétendre rejoindre le Club Affaires et bénéficier d'une commercialisation renforcée (tourisme d'affaires et MICE).

Répondant aux constats du marché et aux conclusions des travaux menés dans le cadre du « Schéma de Développement Touristique », l'OT engage une commercialisation spécifique pour développer l'activité du Tourisme d'affaires de son territoire pour occuper un positionnement similaire à un « Bureau des congrès », une agence de développement spécialisée en tourisme d'affaires au profit des partenaires positionnés dans ce secteur.

Pour les partenaires concernés, plusieurs dispositifs seront déployés :

- valorisation sur le site web « affaires » des Monts de Genève ;
- intégrations de produits phares dans la conciergerie événementielle ;
- valorisation dans les newsletters trimestrielles Club Affaires / MDG ÉVÉNEMENTS à destination des prospects et clients ou sur les newsletters ADEL, CLUB RH, CCIG, CCIFS... ;
- un accès exposant MY BUSINESS EVENT (salon MICE OTMDG) ;
- possibilité co-exposant à des salons spécialisés MICE ;
- valorisation de leurs offres lors de prospection BtoB, BtoC.





Ce nouveau traitement permettra à l'OT de renforcer sa stratégie commerciale pour répondre aux enjeux et aux ambitions de développement de la structure et du territoire élargi qu'elle représente.

V.2.b. Activation d'un partenariat avec le Centre de Convention by Archparc :

Ayant engagé depuis début 2022 une campagne de rénovation et de redéfinition de ses espaces, le Centre de Convention by Archparc présentera une nouvelle offre au second semestre 2023, tant par la modularité de ses locaux, que par ses performances technologiques et sa décoration.

La Direction du SMAG a exprimé la volonté d'associer l'OT MDG à l'élaboration et la conduite de certaines actions marketing et de lui confier la gestion complète de la commercialisation du nouvel équipement.

Sous convention pluriannuelle d'objectifs avec ses collectivités de tutelles, l'OT, et plus spécifiquement le service commercial, privilégie, conformément aux axes stratégiques définis, la cible Tourisme d'Affaires, plus communément dénommée « MICE », Meetings (réunions) – Incentive-Conférences et Exhibitions/Events (événements professionnels).

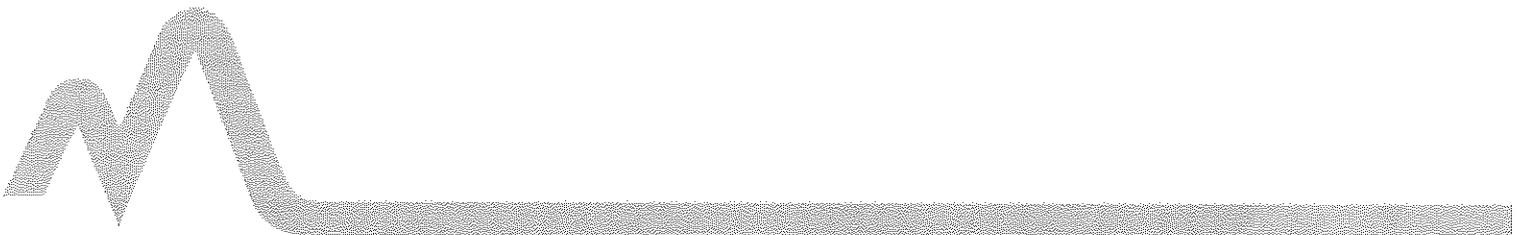
L'OT MDG promeut jusqu'alors, l'ensemble des structures polyvalentes et spécialisées dans ce segment majeur (restaurateurs, traiteurs, espaces de séminaires, hôteliers, sites touristiques et toutes autres structures proposant une offre adaptée à cette typologie de clientèle).

La structure majeure étant sans conteste le Centre de Convention by Archparc, équipement dont la nature embrasse l'ensemble des activités constituant le segment MICE, il est nécessaire d'accentuer sa valorisation porteuse de notoriété pour le territoire et de développement commercial.

Le SMAG ne possédant pas de ressources humaines suffisantes, compétentes et dédiées exclusivement à la commercialisation, la logique proposée est de regrouper les forces afin de garantir une promotion cohérente sur la Destination.

Aussi, suite à plusieurs réunions politiques et techniques, les deux structures partenaires se sont accordées sur la nécessité de définir une Convention d'objectifs pour trois ans, afin de préciser les rôles, les moyens humains, matériels, financiers ainsi que les actions phares à activer dans le cadre de la promotion et de la commercialisation par l'Office de tourisme.

Cette première convention d'objectifs donne donc le cadre et le cap sur 3 ans. Elle sera toutefois complétée par un plan marketing annuel co-rédigé par le SMAG et l'OT MDG.





Ce plan annuel sera remodelé chaque année en fonction des nouvelles tendances, des marchés cibles et des besoins commerciaux.

V.2.c. Rochexpo :

Conforter le positionnement de l'OT sur l'aspect affaires est confirmé par les enjeux de développement de la région, du territoire des Monts de Genève et des volontés politiques.

Par ailleurs, les orientations du Schéma de Développement Touristique et les ambitions de l'OT convergent vers l'importance de collaborer activement avec les acteurs "affaires" de l'écosystème local.

L'étude du Schéma de Développement Touristique projette une vision long-termiste mettant en perspective un « futur Bureau des Congrès ».

Il paraît évident que des liens privilégiés sont à tisser rapidement avec Rochexpo qui occupe une place importante dans le secteur pour les salons grand public et désormais les séminaires.

Leurs capacités d'accueil importantes et les manques d'hébergement sur le secteur de La Roche-sur-Foron confirment également le potentiel d'apports et retombées économiques pour les acteurs touristiques des Monts de Genève sur l'aspect réceptif.

Des échanges sont à activer dès le début d'année pour conduire Rochexpo, le Centre de convention by Archparc et l'OT à collaborer plus étroitement dans un objectif commun.

V. 3. Axe Partenariats professionnels et institutionnels :

V.3.a. Identification de l'OT au niveau communal :

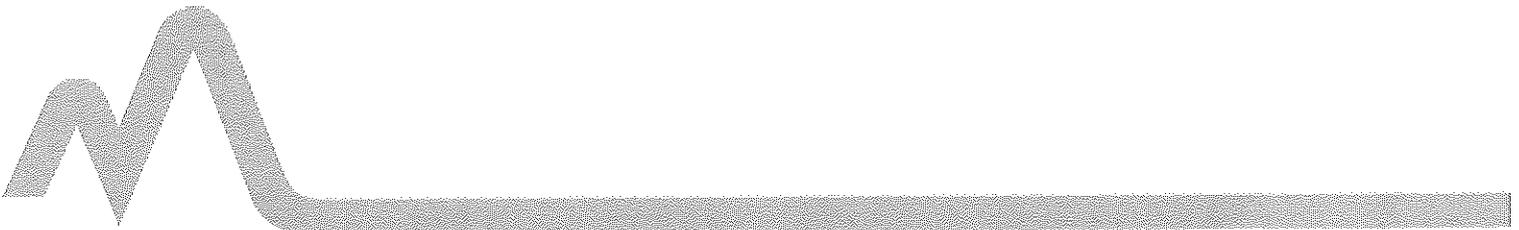
En parallèle, un travail de fond est mené au niveau des Mairies pour tisser des liens.

En cours d'année, un courrier a été adressé à toutes les communes du territoire afin de proposer une rencontre et une présentation de l'OT aux élus locaux.

Ainsi, la gouvernance de l'OT a rencontré 30% des communes durant l'année 2022.

Les objectifs sont de créer un lien fort avec les communes, notamment en :

- identifiant un élu et un technicien référent qui nous permettront d'échanger plus concrètement sur le déploiement des projets de l'OT ;
- créant un canal de remontée des questions, besoins, attentes ;





- permettant aux élus de bien connaître l'organisation de l'OT et son rôle d'expert en matière de tourisme ;
- mettant à disposition les outils et dispositifs pouvant être activés au sein des communes (ex : identification et maîtrise des hébergements locatifs, mise à disposition de la médiathèque, agenda des événements, etc.) ;
- proposant à la commune un support de documentation (magazines, plans, etc.) à mettre à disposition du public.

V.3.b. Recensement de l'information locale :

En 2021, les élus des collectivités avaient évoqué le souhait que l'OT centralise les événements locaux. Pour répondre à cette attente, l'équipe de l'Office de Tourisme a pu activer l'outil « Apidae Event ». Ce dispositif simplifie la gestion et la diffusion de l'information événementielle.

Dorénavant utilisé par plusieurs acteurs professionnels et institutionnels, Apidae Event permet d'alimenter plusieurs canaux de communication. Un outil qui peut aussi nourrir un « widget » de présentation et de tri des événements programmés localement, un outil intégrable au site en ligne d'un partenaire (commune, association, etc.).

V.3.c. Accompagnement des partenaires :

Par le biais de formations, de groupes de travail, l'OT pourra sensibiliser ses partenaires aux démarches, aux nouvelles tendances sur différentes thématiques.

En fonction des sujets et des besoins identifiés par les professionnels, l'OT sera amené à mettre en relation les partenaires avec des agences ou des institutions ayant la capacité de les accompagner.

V.3.d. Accompagnement des porteurs de projets touristiques :

Par son rôle central et son réseau, l'OT se positionne comme un pivot entre le porteur de projet touristique et les institutions compétentes pouvant accompagner et renseigner le professionnel ou le particulier souhaitant développer une offre touristique pour la Destination.

En construisant une procédure et un annuaire avec la Maison de l'Eco et notamment Rez'Up, l'OT aura à sa disposition un premier niveau d'information qui lui permettra de renseigner les porteurs de projets.



Des rendez-vous entre l'OT et le porteur de projet pourront être menés. Cela permettra à l'OT d'établir un premier état des lieux, bien comprendre le projet et orienter le porteur de projet vers un organisme compétent tel que Rez'UP, la Chambre du Commerce et de l'Industrie, etc.

En effet, la dimension économique (recherche de subvention, montage de modèle économique) ou toute autre étape de construction sortant du champ de l'OT devront être prises en charge par un des organismes compétents.

L'OT se tiendra à disposition et suivra le développement du projet pour apporter son regard d'expert touristique.

V.4. Axe Taxe de séjour :

V.4.a. Renforcement des procédures et contrôles de la taxe de séjour :

La Taxe de Séjour constituant sa recette principale, l'Office de Tourisme a accentué sa veille au niveau des déclarations et reversements.

- Des actions de sensibilisation régulières sont effectuées auprès des hébergeurs et des mairies.
- Un travail important est mené en collaboration étroite avec les EPCI sur le recensement des meublés de tourisme. Une commande politique a clairement été formulée en 2021 : LE LOGEMENT dans le territoire est fortement impacté par la croissance démesurée de l'offre de meublés de tourisme qui ne sont pas toujours déclarés à la Mairie, comme le veut la procédure.
Cela est rendu possible via la mise en place de la numérisation des « déclarations de meublé » au sein des communes. Cela permettra aux communes qui l'auront validé par délibération, de mieux connaître et « réguler » l'activité des hébergements locatifs. Cette numérisation des procédures pour les loueurs de meublés de tourisme ou chambre d'hôtes est réalisée avec l'outil Déclaloc₂ mis à disposition par l'OT.
- Adhésion à l'Outil Airdna pour permettre à l'OT d'avoir une meilleure connaissance de l'activité locative de son territoire.
- Une information et une veille de l'application du nouveau tarif par les hébergements non classés ou en attente de classement suite aux nouvelles délibérations prises par les EPCI en 2022 pour une application en 2023 (le taux proportionnel passe de 2 à 5%) seront nécessaires.
- Le suivi annuel et l'analyse des reversements des opérateurs numériques constituent un point clé pour veiller à l'évolution des chiffres et consolider la santé financière de l'OT (TS).



V.4.b. Déploiement de la communication autour de la taxe de séjour :

Une transmission d'informations plus régulière sur les obligations des loueurs d'hébergements touristiques et sur les notions de la taxe de séjour sera menée :

- élaboration d'une fiche pratique sur un support de qualité mettant en exergue les obligations des loueurs d'hébergements touristiques, avec une diffusion sur certains points stratégiques (BIT OT – mairies, sites web etc.) ;
- création d'articles informatifs pour les journaux municipaux, sites web, newsletters et autres supports à la disposition des collectivités pour permettre aux communes de sensibiliser et communiquer auprès de leurs habitants ;
- création de supports explicatifs de la taxe de séjour pour communiquer en interne et sur les supports papiers et digitaux (accueil, site web...).

V.4.c. Elargissement de la gestion de la- taxe de séjour aux Pays de Cruseilles :

Il a été convenu avec la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles que l'OT reprendra la gestion et la collecte de la taxe de séjour pour leur territoire.

- Gestion de la taxe de séjour (+ 13 communes) :
 - suivi et collecte ;
 - promotion et information ;
 - veille.

En attendant une éventuelle fusion officielle, il a été convenu entre la CCPC, le Trésor Public et l'OT qu'une procédure temporaire permettra le traitement de la taxe de séjour par l'OT.

La CCPC reversera les recettes de la taxe de séjour sous forme de "subvention".
Ce point serait amené à évoluer après une fusion.



PARTIE II : ORIENTATIONS BUDGÉTAIRES POUR L'EXERCICE 2023

Depuis plusieurs années, nous avons pour objectifs de :

- raisonner les dépenses, répartir de manière cohérente ;
- instaurer une gestion plus fine de la trésorerie par rapport au budget ;
- utiliser au maximum l'excédent ;
- réaliser un bilan politique mi-parcours pour arbitrer si nécessaire.

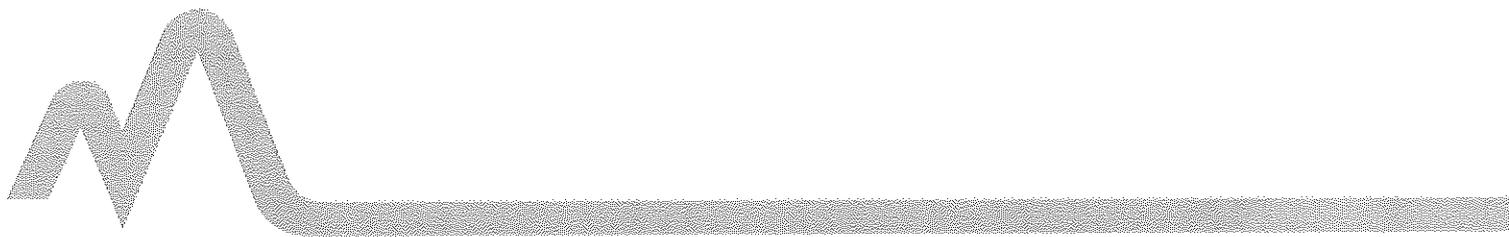
Afin de respecter ces objectifs, plusieurs actions ont été mises en place :

- mise en place de points réguliers auprès de la présidence sur les recettes TS avec des estimations de recettes ;
- suivi minutieux de la trésorerie (chaque semaine) et du budget (chaque mois) ;
- réalisation d'un point de coordination avec les présidences des EPCI, début juillet.

Les orientations budgétaires pour l'année 2023 ont été établies sur la base des résultats estimés au 31 décembre 2022 par l'OT MDG. Ces projections permettent une estimation au plus près des réalités budgétaires 2023. Elles intègrent bien sûr la traduction budgétaire des orientations marketing de l'année, mais également une projection sur 2024, en tenant compte des bilans et actions de l'année 2022.

Les résultats budgétaires sont :

- un excédent de 281 840.90 € pour la partie fonctionnement ;
- un déficit de -12 507.15 € pour la partie investissement.



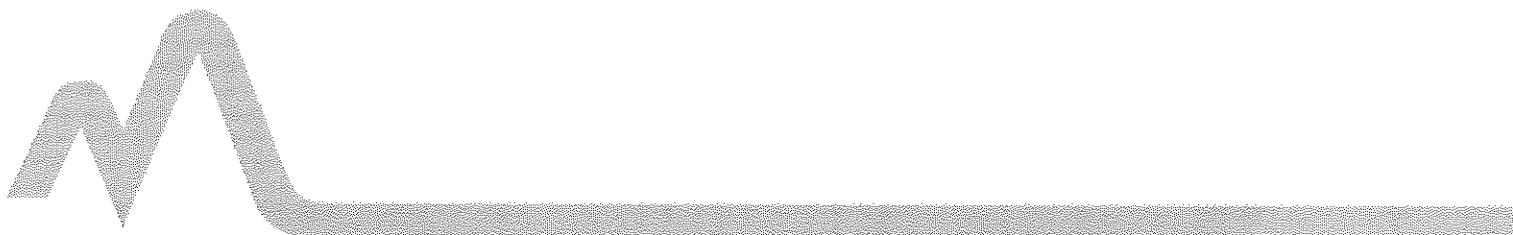
Section Fonctionnement :

Chapitre	Budgetisé	Réalisé		Disponible	
		Montant	%	Montant	%
Fonctionnement - Dépense	1 251 344,00 €	1 177 658,13 €	94,11%	73 685,87 €	5,89%
011 - Charges à caractère général	399 695,00 €	360 850,21 €	90,28%	38 844,79 €	9,72%
012 - Charges de personnel et frais assimilés	761 299,00 €	754 561,57 €	99,12%	6 737,43 €	0,88%
022 - Dépenses imprévues (fonctionnement)	0,00 €	0,00 €	0,00%	0,00 €	0,00%
023 - Virement à la section d'investissement	27 000,00 €	0,00 €	0,00%	27 000,00 €	100,00%
042 - Opérations d'ordre de transfert entre section	27 850,00 €	27 844,25 €	99,98%	5,75 €	0,02%
65 - Autres charges de gestion courante	35 000,00 €	34 402,10 €	98,29%	597,90 €	1,71%
67 - Charges exceptionnelles	500,00 €	0,00 €	0,00%	500,00 €	100,00%
Fonctionnement - Recette	1 251 344,00 €	1 452 592,81 €	116,08%	-201 248,81 €	-16,08%
002 - Résultat d'exploitation reporté (excédent ou déficit)	334 583,00 €	334 583,00 €	100,00%	0,00 €	0,00%
70 - Ventes de produits fabriqués, prestat ^r de services, marchandises	51 111,00 €	45 949,25 €	89,90%	5 161,75 €	10,10%
74 - Subventions d'exploitation	390 500,00 €	383 333,30 €	98,16%	7 166,70 €	1,84%
75 - Autres produits de gestion courante	475 150,00 €	688 727,26 €	144,95%	-213 577,26 €	-44,95%

Sur la base du budget primitif 2022, nos engagements de dépenses et de recettes ont été tenus :

- Nous avons réalisé 94% des dépenses prévues au BP.
- Le contexte économique étant plus favorable que ce que nous avons imaginé, des recettes supplémentaires de taxes de séjour ont été perçues, augmentant nos recettes globales de plus de 17% par rapport au BP.

Cela génère un excédent budgétaire pour la section fonctionnement de 281 840.90 €.

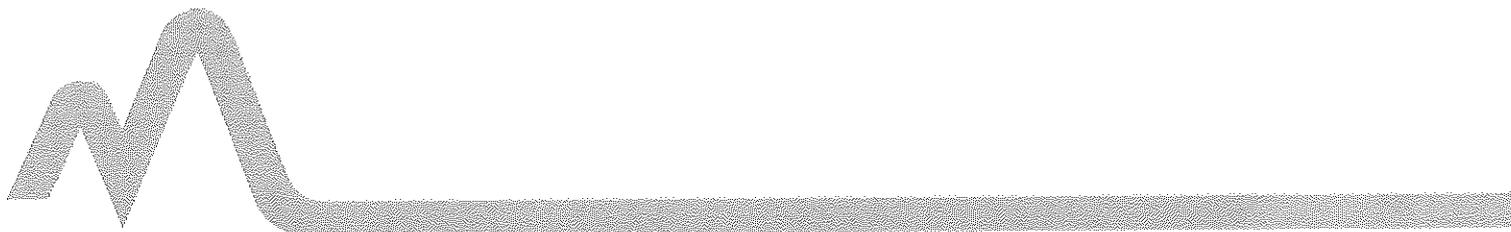




Section Investissement :

Investissement - Dépense	80 030,00 €	63 590,40 €	79,46%	16 439,60 €	20,54%
20 - Immobilisations incorporelles	43 599,00 €	35 315,82 €	81,00%	8 283,18 €	19,00%
21 - Immobilisations corporelles	32 647,00 €	24 491,32 €	75,02%	8 155,68 €	24,98%
26 - Participations et créances rattachées à des participations	1 000,00 €	1 000,00 €	100,00%	0,00 €	0,00%
27 - Autres immobilisations financières	2 784,00 €	2 783,26 €	99,97%	0,74 €	0,03%
Investissement - Recette	80 030,00 €	63 024,25 €	66,26%	27 005,75 €	33,74%
001 - Solde d'exécution de la section d'investissement reporté	25 180,00 €	25 180,00 €	100,00%	0,00 €	0,00%
021 - Virement de la section d'exploitation	27 000,00 €	0,00 €	0,00%	27 000,00 €	100,00%
040 - Opérations d'ordre de transfert entre section	27 850,00 €	27 844,25 €	99,98%	5,75 €	0,02%

Le déficit budgétaire est de -12 507.15 €.



II – PRESENTATION GENERALE DU COMPTE ADMINISTRATIF	II
VUE D'ENSEMBLE	A1

EXECUTION DU BUDGET

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section d'exploitation	A 1 170 751,91	G 1 118 009,81	G-A -52 742,10
	Section d'investissement	B 63 590,40	H 27 844,25	H-B -35 746,15

		DEPENSES	RECETTES
REPORTS DE L'EXERCICE N-1	Report en section d'exploitation (002)	C 0,00 (si déficit)	I 334 583,00 (si excédent)
	Report en section d'investissement (001)	D 0,00 (si déficit)	J 25 180,00 (si excédent)

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
TOTAL (réalisations + reports)		P= A+B+C+D 1 234 342,31	Q= G+H+I+J 1 505 617,06	-Q-P 271 274,75

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
RESTES A REALISER A REPORTER EN N+1 (2)	Section d'exploitation	E 0,00	K 0,00	
	Section d'investissement	F 1 941,00	L 0,00	
	TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1	= E+F 1 941,00	= K+L 0,00	

		DEPENSES	RECETTES	SOLDE D'EXECUTION (1)
RESULTAT CUMULE	Section d'exploitation	= A+C+E 1 170 751,91	= G+I+K 1 452 592,81	281 840,90
	Section d'investissement	= B+D+F 65 531,40	= H+J+L 53 024,25	-12 507,15
	TOTAL CUMULE	= A+B+C+D+E+F 1 236 283,31	= G+H+I+J+K+L 1 505 617,06	289 333,75

Le Document d'Orientations Budgétaires propose d'utiliser l'excédent d'exploitation pour dynamiser et renforcer les actions qui pourront être menées pour développer l'accueil, la communication, la promotion et la commercialisation.



A - SECTION D'EXPLOITATION

1 - LES CHARGES

1.1 - CHAPITRE 011 - Charges à caractère général

Budget Général

Article 60 "Achats et variations de stocks"

Les achats de fournitures de bureau et d'entretien, les coûts d'impression seront stables.

Une hausse des coûts d'essence est prévue, liée à la hausse des prix de carburant, mais aussi à l'embauche d'un MICE Developer.

(coût + 3 000 € prévus pour le carburant).

Article 61 "Services extérieurs"

Les charges de fonctionnement seront stables :

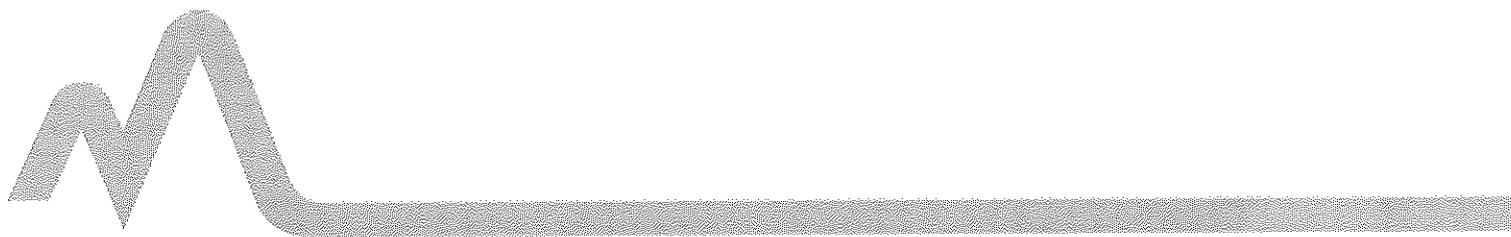
- entretien des véhicules,
- frais d'affranchissement,
- assurance des locaux et du matériel,
- location du photocopieur,
- maintenance de la téléphonie,
- mise à disposition du logiciel de taxe de séjour.

Changement du prestataire informatique : aucune incidence financière.

Hausse des charges :

- externalisation du rôle de DPO (Délégué à la Protection des Données) et suivi des obligations relatives au RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données). Augmentation de 670 €.
- Stanley security : rajout de caméra de sécurité dans la MTM en 2022. Augmentation de 1000 €.
- souscription d'un contrat de leasing pour le véhicule de fonction du MICE Developer. Augmentation de 2500 €.
- augmentation des charges de la MMT, au vu du contexte économique actuel. Augmentation de 2 900 €.
- augmentation des coûts du logiciel comptable à prévoir pour optimiser le suivi du budget. Augmentation de 900 €.

(Augmentation globale de 10 000 € HT pour cet article).





Budget Ressources Humaines

Articles 611 « Contrats de prestation de services »

Dans l'objectif de numériser la gestion des Ressources Humaines de l'OT, un SIRH (Système d'Information des Ressources Humaines) sera mis en place. Cela allègera le travail quotidien et routinier des collaborateurs de la fonction RH :

- centralisation de l'ensemble des données RH ;
- outils collaboratifs pour impliquer les équipes, accessible en ligne 24h/24 ;
- tâches simplifiées, regroupées et numérisées.

(Coût 2 750 €).

Le recrutement de profils qualifiés étant compliqué depuis quelques mois, un budget pour le recrutement a été mis en place (1 500 €).

La montée en compétences, mais aussi la qualité de vie au travail de nos équipes est une de nos priorités. En 2022, nous avons mis en place une application nommée MOODWORK dans l'objectif de mettre à disposition des collaborateurs des formations orientées sur leurs compétences douces. Ces « soft skills » sont l'ensemble des aptitudes et compétences qui ne sont pas techniques et qui nous permettent d'évoluer dans la vie, personnelle comme professionnelle. Cette application sera renouvelée en 2023, en fonction de l'utilisation qui en sera faite. (Abonnement annuel de 3 060 €).

Budget Accueil

Articles 611 « Contrats de prestation de services » et 6156 « Maintenance »

Les dépenses liées aux contrats de prestation et à la maintenance des outils informatiques « métiers » vont augmenter significativement, avec notamment, l'activation de comptes Roadbook pour certains partenaires pour permettre un déploiement de l'accueil touristique, et l'augmentation des accueils hors les murs.

Par ailleurs, l'animation de certains accueils délocalisés et la réalisation de quelques opérations de « street marketing » par un prestataire extérieur auront elles aussi un impact financier, (coût animation street marketing externalisé 5 000 €). En complément, l'équipe de l'OT réalisera plusieurs accueils hors les murs avec ses propres RH.

Enfin, un nouvel objectif de suivi de la qualité de la destination, nous amène à nous doter d'un logiciel performant, « Fairquest » afin de connaître les avis clients et l'offre globale de la destination (une partie de fonctionnement et une autre en investissement).



4 286 € prévus en 2022 contre 13 700 € prévus en 2023.

Toutes les autres dépenses liées aux outils métiers (maintenance et fonctionnement) sont conservées.

Budget Commercial

Article 6156 « Maintenance »

Légère augmentation de 850 € pour ce qui est du service commercial, compte tenu de l'achat de licences supplémentaires pour la GRC (Gestion de la Relation des Clients).

L'objectif poursuivi est de permettre à l'ensemble des services d'utiliser une GRC commune pour :

- partager des BDD B2B prospects commerciaux, partenaires et partenaires, fournisseurs d'exploitations ;
- suivre l'animation des réseaux partenaires par métiers, filières et centres d'intérêt ;
- permettre une vision synthétique et détaillée des réseaux (gestion des comptes parents, enfants, sièges, filiales) : suivi des échanges, centralisation des correspondances et des actions par comptes ;
- rationaliser la planification et le suivi des actions : création de tâches, segmentation des actions, critérisation affinée permettant le ciblage des relances, mailing, et d'évaluer les performances ;
- permettre un suivi au fil de l'eau des indicateurs sans repasser par la création permanente de tableaux (CR quotidien, périodique, bilan) ;
- libérer du temps pour se concentrer sur le cœur des missions de promotion et de développement ;
- fluidifier l'information « interservices » et optimiser les synergies entre les acteurs concernés par un même projet interne ou externe.

Budget Communication

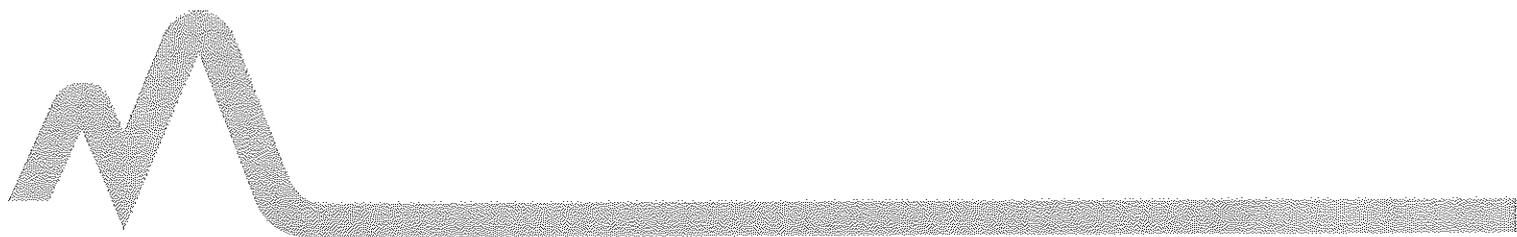
Articles 611 « Contrats de prestation de services »

Le compte 611 demande une révision à la hausse en prévision des besoins pour externaliser certains projets affiliés au Tour de France. Coût estimé à 20 000 € pour cet évènement.

Pour assurer la qualité de traduction des outils de l'Office de Tourisme (site web, brochures, etc.) une agence spécialisée sera sollicitée. Une enveloppe sera prévue pour la traduction.

Par ailleurs, afin d'accroître la visibilité de l'OT hors les murs, une agence de promotion sera mandatée afin d'effectuer des actions d'animation street marketing, Une enveloppe sera donc à prévoir pour nous permettre de réaliser des opérations de street marketing.

En ce qui concerne « les séjours influenceurs », accueil d'influenceurs ou familles qui viendront tester les équipements de la destination pour créer du contenu photos et vidéos et engendrer de la notoriété par





MONTS
de Genève
Office de tourisme

leur influence sur les réseaux sociaux, l'objectif sera de doubler cet investissement pour varier les profils d'ambassadeurs de la destination et intensifier le volume de la production. Coût de 19 500 €.

Pour finir sur ce compte, dans le cadre de la convention avec Pays de Cruseilles et l'intégration de leurs infos touristiques dans nos outils numériques, la conception d'un fond de carte au format numérique est également prévue pour 2023, coût 2 500 €. Une enveloppe budgétaire sera à envisager, cela étant, le travail de fond de carte pour nos brochures sera discuté en 2024 (investissement conséquent à prévoir en 2024 pour ce développement).

(Coût 63 200 € en 2023 sur cet article, contre 29 000 € en 2022).

Cette haute importance s'explique car des dépenses prévues à l'**article 6238 "frais divers de publicité" ont été affectées à l'article 611.**

6156 « Maintenance »

La transformation numérique engagée par l'Office de tourisme dans son organisation et ses projets sera poursuivie en 2023.

Une hausse de 10% est annoncée sur la plupart des abonnements et les licences des outils utilisés par le service communication à cause de l'inflation.

L'impact est significatif, car les frais de gestion et de maintenance des outils numériques ont pris une part de plus en plus importante, mais cela au bénéfice des projets : ces outils apportent davantage d'autonomie, de personnalisation et d'agilité pour accompagner les évolutions.

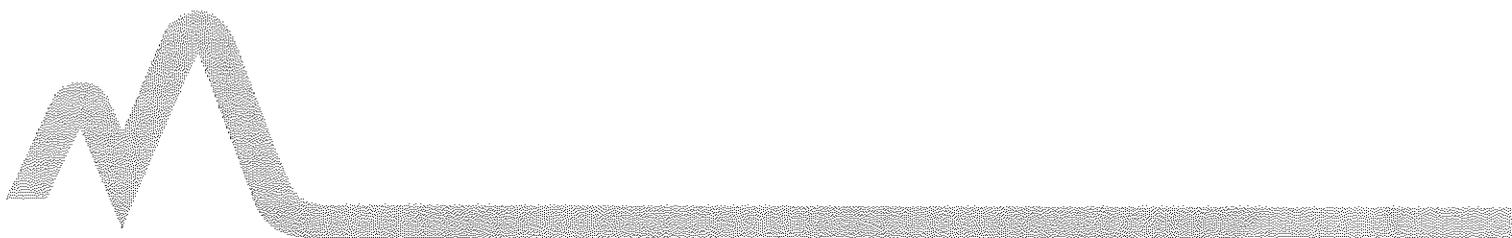
Pour finir, le compte 6156 demande une révision à la hausse due à l'implémentation de nouvelles solutions numériques (médiathèque, module de traduction automatisée) en 2022. Cela ajoute des frais d'abonnement et de maintenance annuels. Une augmentation de 10% des tarifs de nos prestataires est également prévue, mais tous les montants ne sont pas encore connus. Les évolutions de suivi analytique nous demandent de passer par une nouvelle solution, « Sirdata » qui s'ajoute à ce compte.

(Coût 12 881 € en 2023, contre 14 222 € pour 2022).

Budget Taxe de séjour

Articles 611 « Contrats de prestation de services » et 6156 « Maintenance »

Il a été convenu avec la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles que l'OT récupérerait la gestion de la taxe de séjour dès le 1er janvier 2023. Il sera donc nécessaire de prévoir la prise en charge de la plateforme de régie Nouveaux Territoires pour le compte de la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles, en plus des deux abonnements déjà effectifs pour Annemasse Agglomération et la Communauté de Communes du Genevois (coût des trois abonnements, 6 048 € TTC).





En ce qui concerne la gestion globale de la Taxe de séjour, plusieurs dispositifs seront consolidés ou activés en 2023 afin de renforcer l'identification et la maîtrise des hébergements locatifs (meublés de tourisme et chambres d'hôtes) :

- Des rencontres avec les communes ont été amorcées en 2022 et se poursuivront en 2023. L'objectif de ces rencontres est de proposer aux mairies de mettre en place l'outil « Déclaloc » au sein de leur commune afin de réguler et d'avoir une meilleure connaissance des locations de meublés de tourisme et chambres d'hôtes.

C'est par le biais de la plateforme de régie Nouveaux Territoires, que l'OT aura la capacité de proposer l'outil « Déclaloc », « Cerfa » ou « Numéro d'enregistrement » aux mairies.

La mise en place sera gratuite pour les communes qui pourront en bénéficier, une fois qu'elles auront délibéré en conseil. Ainsi, les loueurs seront contraints de déclarer leur logement, en générant un numéro d'enregistrement. Le numéro d'enregistrement attribué par la commune devra figurer obligatoirement sur toute offre de location.

Seule, la mise en place de « Déclaloc changement d'usage » restera à la charge des communes si celles-ci souhaitent l'activer afin de dématérialiser cette procédure (légalement, seul un agent communal est en mesure ou non d'autoriser le changement d'usage).

- Par ailleurs, la mise en place des procédures du numéro d'enregistrement et de l'autorisation de changement d'usage (régulation des meublés de tourisme) peut-être complexe du fait de la technicité du sujet ; assortie ou non d'une obligation de compensation.

Pour cette raison, un accompagnement juridique pourra être proposé à l'échelle de l'EPCI.

Cet accompagnement commun à toutes les communes sera dispensé par AFFAIRES PUBLIQUES Avocats & Conseils, partenaire de Nouveaux Territoires depuis de nombreuses années, spécialisé dans la mise en place et la rédaction de délibération fixant les conditions du changement d'usage. Selon la situation de la commune, un développement excessif et non régulé des meublés de tourisme peut conduire à des effets négatifs (zone tendue).

Un état des lieux sera donc effectué en amont pour étudier, analyser et clarifier les besoins de la commune pour connaître sa situation face à l'essor des meublés de tourisme.

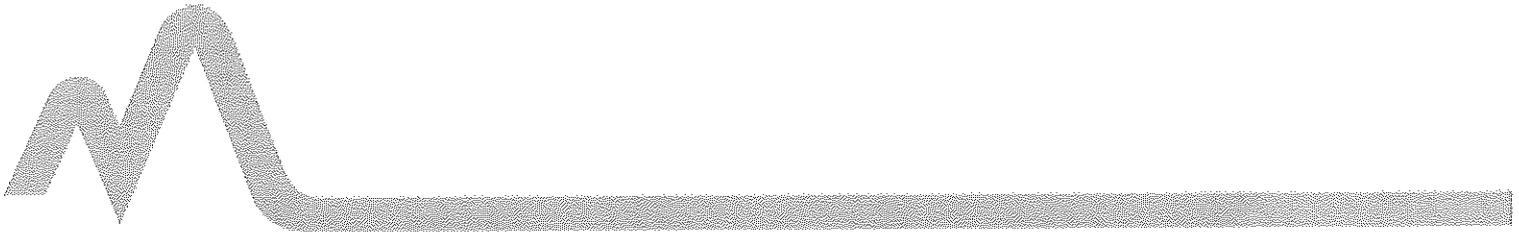
Concrètement, l'analyse sera fait de manière individuelle mais l'accompagnement sera effectué de façon groupé pour une harmonie sur tout le territoire.

L'accompagnement juridique sera donc proposé à l'ensemble du territoire, notamment aux communes subissant une tension du logement, pour un temps prévisionnel de 15 heures, soit un montant prévisionnel de 3 500 € HT sur la base d'un taux horaire d'environ 225 € HT.

Cette prestation sera prise en charge par l'office de tourisme.

Cependant, pour un traitement individuel de la commune et en cas de dépassement du montant pris en charge par l'OT, le surplus sera refacturé à la commune.

- Par ailleurs, considérant la nécessité de mieux connaître l'activité économique du territoire, l'OT utilisera le logiciel Airdna pour mieux comprendre l'offre de meublés de tourisme disponible sur les





plateformes numériques Airbnb et Abritel. Cet outil permettra également de connaître les revenus et les taux d'occupation des locations meublées louées par les opérateurs numériques. Leur algorithme permet de déterminer si une adresse est à la fois sur HomeAway et Airbnb (coût de mise en place du logiciel 12 000 € TTC).

- Par ailleurs, nous souhaitons renforcer la communication auprès des mairies et auprès des loueurs. Plusieurs actions non payantes sont prévues pour 2023 (création d'articles numériques, transmission du "guide de l'hébergeur" par mail, etc. Cela étant, nous prévoyons une petite somme pour permettre à l'OT d'éditer quelques « flyers » et documents qualitatifs à diffuser dans différents points d'informations (accueil des communes, EPCI, OT, conciergerie, agences immobilières, etc.).

24 276 € sont à prévoir pour l'année 2023. Ce chapitre est à revoir à la hausse, mais il sera largement compensé par les recettes générées par la taxe de séjour.

Article 62 – "Autres charges externes"

Budget Général

Article 6226 "Honoraires"

Le contentieux avec M. GIRAUD est terminé, les sommes dues ont été versées.

Nous faisons une provision de 20 000€ dans le cadre de dépôt de marque, en effet des démarches sont en cours avec le Cabinet Bouchara dans l'objectif de déposer le nom Monts de Genève ainsi que notre logo.

Article 6251 "Voyages et déplacement" et article 6256 "Missions"

Hausse des dépenses suite à l'embauche d'un commercial MICE Developer (ATMB, notes de frais, déplacements).

(Coût de 11 000 € en 2023, contre 5 400 € en 2022).

6262 "Frais de télécommunication"

Hausse des dépenses due au passage de l'OT sur le réseau fibre et par la fourniture de moyen de télécommunication à nos équipes en télétravail.

Les autres charges restent stables. Le changement du prestataire de ménage n'a pas d'incidence financière.

(Coût de 11 270 € en 2023, contre 8 200 € en 2022).



Budget Ressources Humaines

Article 6226 "Honoraires"

Dans un objectif de fiabilisation de la gestion sociale et comptable, nous avons sélectionné un nouveau cabinet pour nous accompagner, spécialisé dans la gestion des structures en EPIC : FIDUCIAL. Un audit par ce cabinet sur les 2 volets est prévu en 2023 dans le but d'optimiser nos méthodes de travail.

(Coût 17 000 € en 2023, contre 13 620 € en 2022).

Article 6226 "Honoraires" et 6257 "Réception"

Depuis maintenant 2 ans, l'OT s'est engagé dans une démarche de qualité de vie au travail dans le but d'attirer, engager et fidéliser ses collaborateurs, dans un contexte économique compliqué. Des groupes de travail sont organisés, mais aussi des moments de détente favorisant la cohésion de l'équipe. Le budget de cette année reste identique à celui de l'année dernière.

(Coût identique à 2022, à savoir 6 000 € en 2023).

Budget Commercial

Article 6228 "rémunérations diverses"- Prestations de services des dossiers commerciaux (contrepartie en charges des recettes dossiers commerciaux article 70)

En 2022, l'OT a conclu de nombreux dossiers commerciaux. A l'aube de l'ouverture du Centre de convention Archparc et du déploiement "business" des offres locales, l'OT prévoit d'embaucher un MICE Developer afin de commercialiser la Destination et générer des retombées économiques élevées.

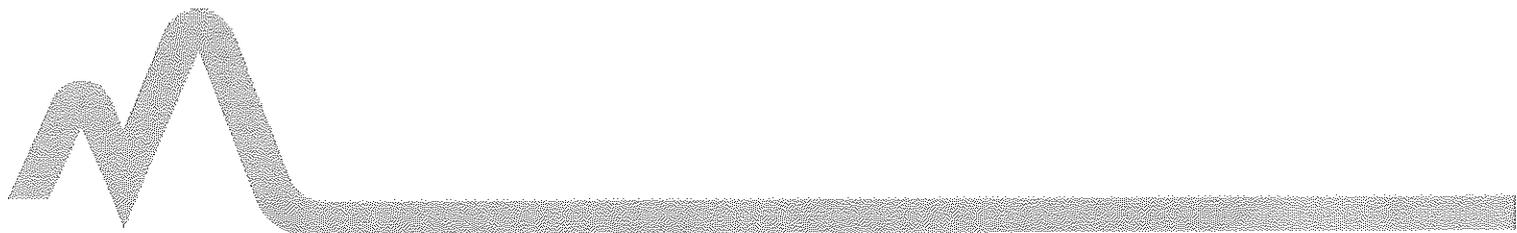
Cette ligne sera en forte augmentation sur 2023 (augmentation du CA, des commissions, etc.).

Ce poste ne sera activé qu'à compter du lancement effectif de la convention de commercialisation du Centre de Convention By Archparc, contributeur financier supportant une partie des coûts engagés. Les recettes générées seront portées au poste 7588. Les achats constitués correspondant à ces recettes s'élèvent à 128,800 € HT.

Com'lesPros

Face à la réussite du projet COM'lesPROS en 2021 et 2022, il a été décidé de conserver l'action sur les années à venir. Une enveloppe de 12 500 € HT par OT.

Cette enveloppe conséquente permettra d'externaliser une partie du projet (développement et redimensionnement du site web dédié, accompagnement des entreprises sur l'utilisation de leurs espaces).





Ce budget global renforcé permettra également d'améliorer la visibilité auprès du Grand Public, mais aussi d'associer des partenaires naturels de ce type d'opération (tels que des entreprises, des centres de formations et de métiers, des agences économiques, des institutionnels, etc.).

My Business Event

Suite au succès de l'édition 2022, nous prévoyons de reprogrammer cet événement MICE le 16 juin 2023, afin de créer un événement destiné à soutenir la relance du segment « affaires » et répondre dans le même temps aux objectifs de développement commercial du Centre de Convention qui accueillera cette seconde édition.

D'autres supports de promotions commerciales seront utilisés pour valoriser l'offre de la Destination (ex : CCI FS, SBE, CCI G, etc.). A noter l'apport d'un événement dans l'événement : un atelier animé sera intégré afin d'attirer des RRH membres du Club RH. Objectif global : 120 visiteurs en 2023

Cette dépense sera répartie dans les lignes 6228, 6236 et 6257.

Accompagnement par une agence marketing et commercial

En parallèle du « Schéma de Développement Touristique », il a été convenu que la Destination assoit son positionnement AFFAIRES. Pour cela, il est nécessaire que l'OT et son service commercial soient accompagnés par des experts pour pouvoir définir la meilleure stratégie de communication - commerciale. L'agence sera également sollicitée pour produire du contenu digital, rédactionnel, médias, campagnes, etc. Avec toute la partie grand public, l'équipe communication promotion de l'OT ne pourra se charger de ce nouveau segment. Ils seront toutefois sensibilisés et auront un suivi pour une transversalité optimale. Cette dépense est nouvelle, les frais d'agence sont élevés. Il faudra compter 25 000 € HT d'accompagnement.

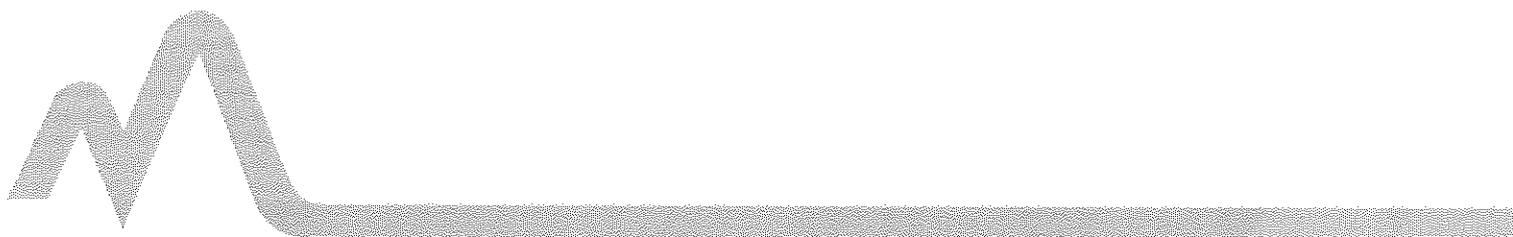
Autres dépenses à l'article 6228 sont également imputés, l'achat d'objets publicitaires (goodies), reportage photos « affaires », animations par des prestataires extérieurs, etc.

Budget Accueil

Article 6228 "rémunérations diverses"

Légère augmentation des achats de produits pour la boutique et la billetterie en prévision des flux touristiques plus importants en juillet 2023 grâce au Tour de France.

Par ailleurs, certains produits ou billetteries augmenteront à cause de l'inflation ou du taux de change.





Afin de dynamiser les « accueils hors les murs » et la publication sur les réseaux sociaux, une enveloppe sera destinée à l'achat de lots/cadeaux/billetteries pour alimenter des « jeux concours » ou pour prendre en charge des actions d'animation.

Ces dépenses seront compensées par le chapitre 70 "vente de prestations de services".

Article 6231 "Annonces et insertions"

Le compte 6231 demande une révision à la hausse liée à deux projets. Le premier concerne le retour à un budget pour les campagnes de communication similaire à la période pré-covid. Depuis 2 ans, ces projets sont paramétrés avec un budget révisé à la baisse. Cela a limité le périmètre et la portée des campagnes de communication. L'objectif en 2023 est de revenir à une enveloppe budgétaire qui permettra de mettre en place des campagnes numériques davantage visibles sur un périmètre régional et de proposer des médias complémentaires. L'autre augmentation concerne la performance de nos réseaux sociaux et l'attribution d'un budget « sponsoring » mensuel pour Instagram.

(Coût de 70 772 € en 2023, contre 59 263 € en 2022).

Article 6233 "foires et exposition"

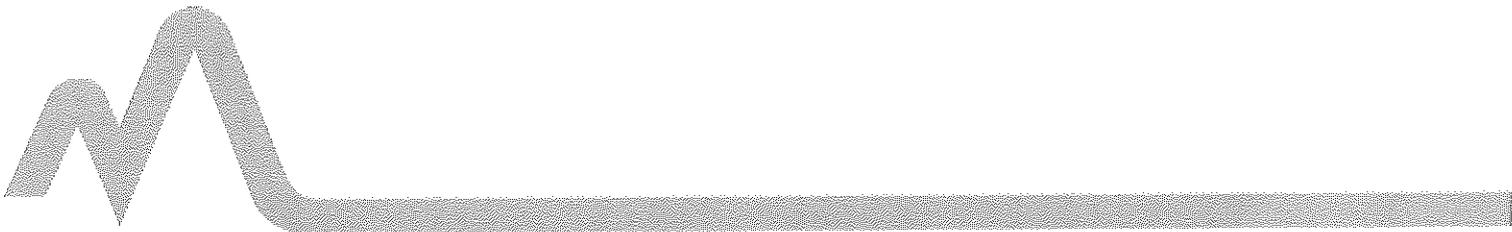
Forte augmentation de ce poste pour permettre la présence de l'OT sur des temps forts et de salons professionnels en 2023. Le MICE Developer pourra ainsi représenter l'OT et prospecter de nouveaux marchés (salons business, afterwork, SBE, Réunion, etc.).

(Coût 17 240 € en 2023, contre 4 310 € en 2022). Cet article est compensé en partie par l'article 7588 « Autres produits de gestion courante » pour un montant de 5 872 €.

Article 6236 "Catalogues et imprimées"

Le compte 6236 demande une révision à la hausse en prévision du projet Tour de France. L'Office de Tourisme souhaite s'appuyer au maximum sur la solution numérique Roadbook pour renseigner le visitorat lié au Tour de France (+ 15K pers attendues). Toutefois, il semble indispensable d'imprimer le magazine de l'été et la carte des itinéraires rando/cyclo en quantité suffisante pour répondre à la demande des clientèles qui privilégient les brochures. Par ailleurs, certains projets de 2022 qui figuraient par erreur dans le chapitre 6237 ont été remplacés sur ce compte (ex : le mag été et hiver 2022, la création de la carte des loisirs, etc. des outils créés en interne. Les montants ont été répartis sur d'autres sections).

(Coût de 13 520 € en 2023, contre 8 230 € en 2022).





Article 6237 « publications » et article 6238 «frais divers de publicité»

Le compte 6237 augmente à cause de l'inflation générale et notamment au niveau des coûts des impressions.

Pour ce qui est du service communication, seul un projet de mise à jour de la carte des itinéraires cyclo/vélo est identifié à ce jour pour 2023.

VIGILANCE : Le périmètre d'actions marketing et commerciales que l'OT devra couvrir en 2023 n'est pas encore voté. Suivant la convention de partenariat qui sera retravaillée et validée début 2023, il n'est pas à exclure un besoin de budget supplémentaire sur ce compte.

En complément, afin de dynamiser les ventes du Pass Léman France et en faire un vrai produit attractif pour l'été, nous prévoyons une augmentation des offres partenaires pour enrichir le Pass et inciter à l'achat.

De plus, dans l'optique de diversifier l'offre touristique valorisée auprès de notre clientèle, des pistes de collaborations seront amorcées avec différents partenaires locaux. Quelques impressions valorisant l'offre culturelle et sportive seront donc à prévoir.

Pour finir, comme amorcées en 2022, afin de renforcer notre implication au niveau local, des collaborations seront réalisées avec les mairies. Un budget sera alloué à la création de supports pour valoriser la destination (carte postale, affiche, etc.)

Le compte 6238 demande une révision à la hausse liée au renouvellement et à la conception de nouveaux outils de visibilité (oriflamme, roll-up, stand).

Des dépenses relatives à l'édition de goodies dédiés au Tour de France 2023 sont à prendre en compte.

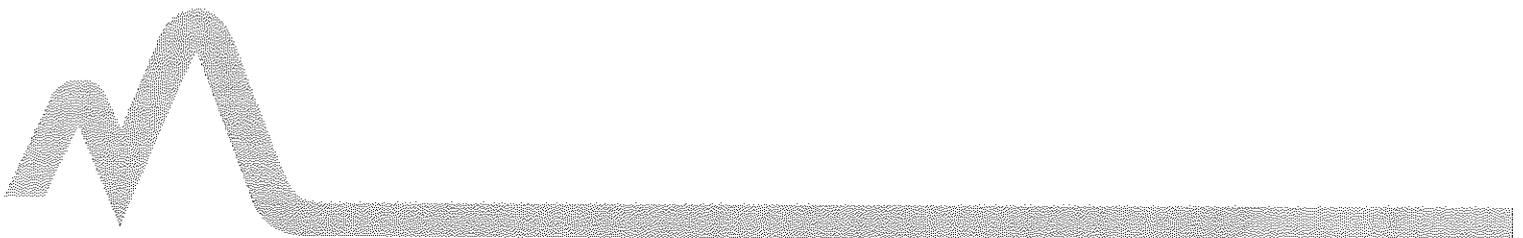
(Coût de 16 262 € en 2023, contre 27 195 € en 2022).

Baisse importante prévue pour le poste 6238, car certaines dépenses ont été attribuées au compte 611.

Article 6251 «Voyages et déplacements» et article 6256 «Missions»

Le compte 6251 est révisé à la hausse, car certaines dépenses 2022 qui figuraient par erreur dans le chapitre 6256 ont été replacées sur ce compte. A cela s'ajoute la volonté de faire participer des membres de l'équipe et du Codir à d'autres événements d'innovation et d'ingénierie touristique (ex : Content Marketing on the Beach). Par ailleurs, les frais sont également révisés avec une anticipation de l'inflation des frais en 2023 vs 2022.

Des dépenses sont prévues pour permettre l'accueil d'Éductours ou de clients « affaires » à l'initiative de partenaires et prescripteurs spécialisés.





(Coût de 5 250 € en 2023, contre 3 700 € en 2022).

Article 6257 “Réception”

Dépenses équivalentes pour des frais engendrés par des moments de convivialité, des déjeuners d'affaires, des réunions professionnelles ou des frais relatifs aux animations des réseaux socioprofessionnels et frais de réception réseautage ADEL, CCI FS, l'AG annuelle, les invitations éventuelles de partenaires et clients. Des frais réceptifs sont prévus pour l'accueil de média, producteurs de contenus, influenceurs, rendez-vous d'affaires, politiques ou autre... L'inflation des matières premières pour l'alimentation est prévue.

(Coût 9 840 € en 2023, contre 9 810 € en 2022).

Article 6281 “Concours divers”

Légère augmentation par rapport à 2022 liée à l'intégration des fiches Apidae du Pays de Cruseilles. Poursuite des cotisations IDT, ADEL, CCIFS, CCIG.et adhésion à Congrès Cité et France Congrès. Une petite enveloppe budgétaire est prévue pour l'activation de publications sponsorisées sur le réseau LinkedIn.

(Coût 8 670 € en 2023, contre 7 880 € en 2022).

Le chapitre 011 s'élèvera à 644 796 € en 2023 contre 399 694 € au BP2022.

1.2 - CHAPITRE 012 - Charges de personnels

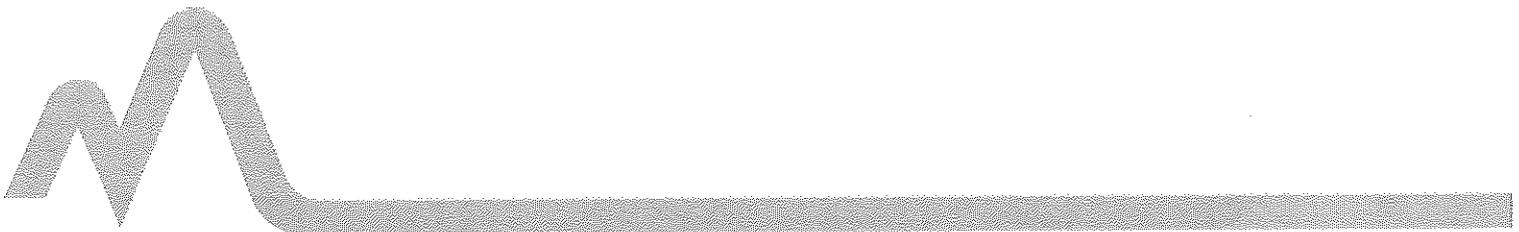
En 2022, L'OT a compté : 1 CDD public, 13 CDI, 1 CDD saisonnier été 2022 et 3 alternants/stagiaires, soit 14 postes permanents et 4 postes non permanents.

De gros projets de développement s'ouvrent en 2023 :

- partenariat avec le centre de convention Archparc;
- partenariat avec la ville d'Annemasse pour le Tour de France
- partenariat avec la Communauté de communes du Pays de Cruseilles
- Ainsi que l'élargissement des missions préconisées par le Schéma Développement Touristique.

Le développement important des missions et la volonté d'internaliser les fonctions ont mis en exergue la nécessité d'étoffer les équipes opérationnelles en embauchant un collaborateur au service commercial et de modifier un poste au service accueil :

- Embauche d'un MICE Developer, dans l'objectif de développer le tourisme d'affaires ;





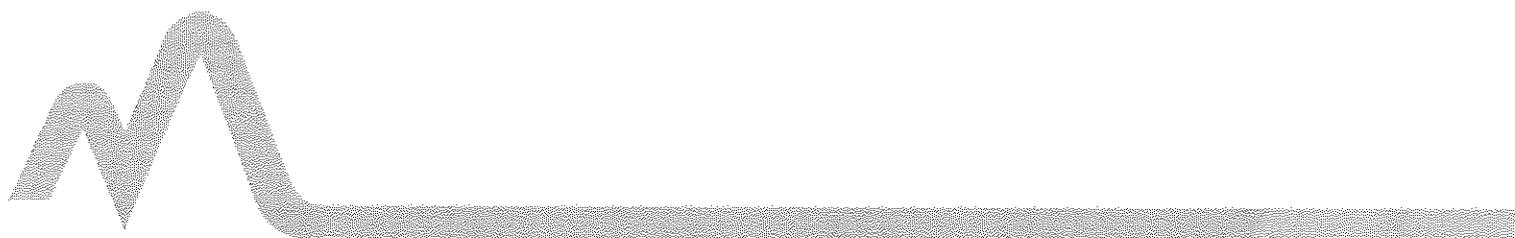
- transformation du poste de chargé d'accueil et de promotion touristique de 60% à 100% (anciennement poste de Marlyse LECUROUX partie à la retraite), nous permettant de reprendre la promotion touristique du territoire de la CCPC et de développer la promotion et les accueils hors les murs.

Vous trouverez ci-dessous un tableau récapitulatif des effectifs :

Rôle	Emploi	Contrat	Position	Temps de travail	Avantage en nature
Direction	Directrice	CDD public	Cadre	100%	
Accueil	Responsable Accueil - Qualité	CDI	Cadre	100%	
	Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique	CDI	Technicien Agent de maîtrise	100%	
	Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique	CDI	Technicien Agent de maîtrise	80%	
	Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique	CDI	Technicien Agent de maîtrise	100%	
	Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique	CDD saisonnier été	Technicien Agent de maîtrise	100%	
Communication et promotion	Responsable communication	CDI	Cadre	100%	
	Charge(e) de communication digitale	CDI	Technicien Agent de maîtrise	80%	
	Chargé(e) de communication et relation média	CDI	Technicien Agent de maîtrise	100%	
	Community Manager et créateur(trice) de contenus	CDI	Technicien Agent de maîtrise	100%	
	Assistant-e chargé de communication	Contrat alternance	Employé	100%	
Commercial	Responsable commercial	CDI	Cadre	100%	Véhicule de fonction
	Commercial externe - MICE Developer	CDI	Cadre	100%	Véhicule de fonction + primes sur objectifs
	Commercial	CDI	Technicien Agent de maîtrise	100%	
Ressources	Responsable service ressources	CDI	Cadre	100% (55% congé parental)	
	Comptable	CDI	Technicien Agent de maîtrise	100%	
	Référente taxe séjour	CDI	Technicien Agent de maîtrise	100%	
	Alternant Assistant(e) administratif et RH	Contrat alternance	Employé	100%	
				Nombre de postes 2023 :	18 dont 2 alternants

Le chapitre 012 s'élèvera à 880 000 € en 2023 contre 761 300 € au BP2022.

1.3 CHAPITRE 022 "Dépenses imprévues"





Une enveloppe de 5 000 € (identique à l'année 2021 et 2022) est prévue pour faire face à d'éventuelles dépenses imprévues (contentieux ou autres).

Le chapitre 022 s'élèvera à 5 000 € en 2023 contre 0 € au BP2022 (5 000€ avait été prévus mais déplacé dans le chapitre 012 en fin d'année).

1.4 - CHAPITRE 65 - Autres charges de gestion courante

Budget Ressources Humaines

Article 6535 "Formation salariés"

La montée en compétences de l'équipe est une des priorités de l'OT depuis 2 ans, et continuera de l'être dans les années à venir, cependant le budget formation diminuera légèrement afin de continuer à former, mais surtout à appliquer les compétences acquises.

Le chapitre 65 s'élèvera à 25 000.00 € en 2023 contre 35 000 € au BP2022.

1.5 - CHAPITRE 67 - charges exceptionnelles

Provision de 250€ en cas de remboursement client à effectuer.

Le chapitre 67 s'élèvera à 250 € en 2023 contre 500 € au BP2022.

1.6 - CHAPITRE 023 - Virement à la section investissement

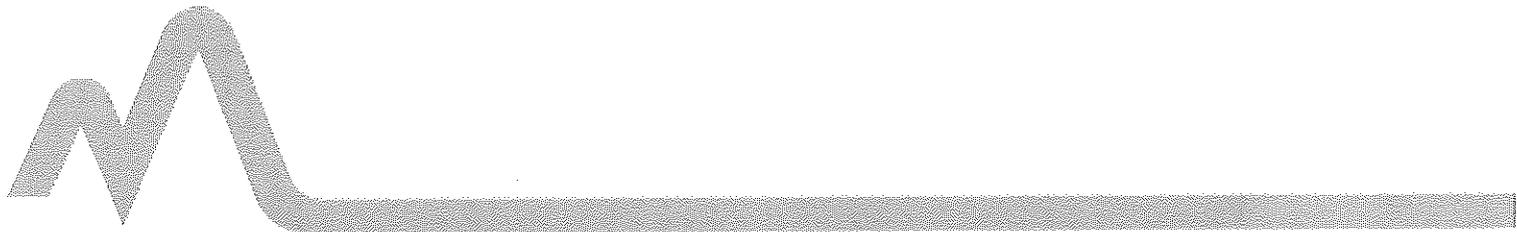
Pas de virement à la section investissement.

Le chapitre 023 s'élèvera à 0 € en 2023 contre 27 000 € au BP2022.

1.7 - CHAPITRE 042 - Dotations aux amortissements et aux provisions

Les investissements réalisés en 2022 et antérieurs (production de contenus : photos et vidéos, matériel informatique et bureautique, matériel d'exposition et de stand) engendrent une dotation aux amortissements d'un montant de 48 450 €.

Le chapitre 042 s'élèvera à 48 450 € en 2023 contre 27 850 € au BP2022.





CHARGES D'EXPLOITATION ESTIMÉES À = 1 603 496 € en 2023 contre 1 251 344 € au BP2022.

2 - LES PRODUITS

2.1 - CHAPITRE 70 – Prestations de services et ventes de marchandises

Budget Commercial

Article 706 “Prestations de service”

- **Partenariats :**

Les adhésions seront renouvelées cette année. Nous prévoyons de générer des recettes à hauteur de 25 500 € HT.

- **Insertions publicitaires :** légère hausse prévue pour la vente d'encarts publicitaires. 3 840 € HT de recettes estimées.

- **Ventes de prestations sur dossiers commerciaux :** Apport CA MICE Developer au territoire, ainsi que les marges générées, nous estimons une forte augmentation pour ce poste, soit 140 000 € HT.

Par ailleurs, l'intensification de la commercialisation dès le début de l'année 2023 nous permet d'estimer un apport de commission sur apports d'affaires à hauteur de 9 000 € HT et de frais de dossier pour 4 000 € HT.

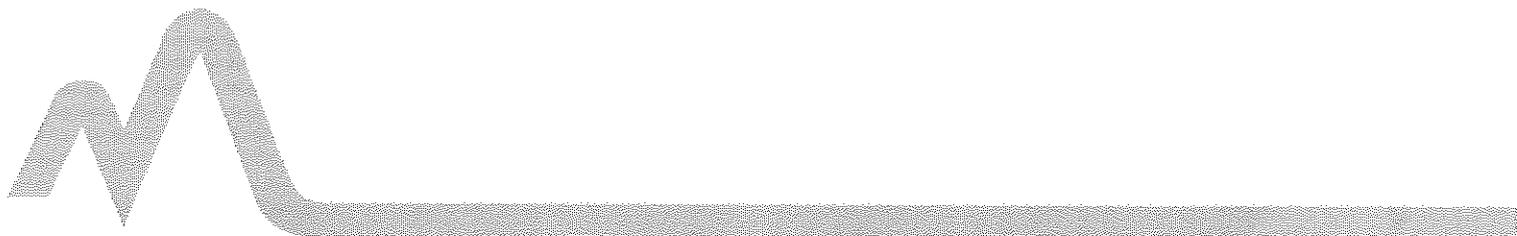
Budget Accueil

Article 707 “Ventes et marchandises”

Le compte 707 fait l'objet d'une hausse en prévision de l'augmentation des ventes par le biais de l'OT à l'été 2023 (boutique et billetterie - TPG, Vitam et vignettes suisses).

Budget RH

Article 7084 “Mise à disposition de personnel facturée”





Dans le cadre de la convention de partenariat avec le Centre de convention, il a été convenu la prise en charge financière, de la part du CC, à hauteur de 25% du salaire et avantages annexes du MICE Developer.

Le chapitre 70 s'élèvera à 209 736 € en 2023 contre 51 111 € au BP2022

2.2 - CHAPITRE 74 – Subventions d'exploitation

Les subventions d'exploitation sollicitées auprès des 2 communautés de communes sont :

- 250 000€ par an pour Annemasse Agglo,
- 122 000€ par an pour la Communauté de Communes du Genevois.

Soit une subvention totale de **372 000.00 € par an.**

De plus, nous bénéficierons des aides allouées par l'Etat pour l'embauche de contrats en alternance. Le montant total des aides sera en baisse, liée au nombre de contrats en alternance inférieur à l'année dernière.

Le chapitre 74 s'élèvera à 377 333 € en 2023 contre au 390 500 € BP2022.

2.3 - CHAPITRE 75 – Autres produits de gestion courante

Article 752 "Revenus immeubles non affectés"

Cette ligne regroupe l'ensemble des dépenses communes liées à la gestion de la Maison de la Mobilité et du Tourisme dont l'OT est le principal client et qu'il faut refacturer à TP2A.

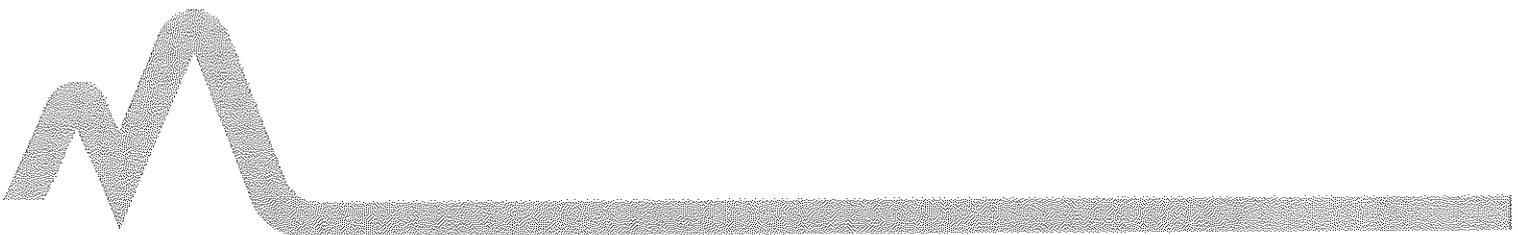
Légère baisse, car baisse des dépenses de l'OT.

Article 753 "Taxe de séjour"

En 2020, la taxe de séjour a subi une forte diminution à cause de la crise sanitaire. Les recettes de la taxe de séjour, qui représentent 60% du budget de l'OT, avaient été divisées en deux.

Depuis fin 2021, l'économie et la consommation se sont stabilisées. La fréquentation des hébergements s'est renforcée. L'OT a enregistré de meilleurs taux d'occupation en 2022

Voici la synthèse des chiffres déclarés, 660 304 € en 2019, 334 137 € en 2020, 416 283 € en 2021 et





591 794 € en 2022 (sans compter le mois de décembre et les déclarations manquantes). Par ailleurs, nous estimons l'encaissement de 60 000 € des opérateurs numériques, qui seront reversés à l'OT, à partir de fin décembre 2022 et courant janvier 2023.

Les prévisions de recettes de la taxe de séjour sont estimées à 650 000€ pour 2023.

L'analyse de la taxe de séjour nous permet de prévoir que les recettes seront plus élevées en 2023 via la mise en place d'un nouveau plafond à 5% pour les hébergements non classés qui devrait mécaniquement engendrer plus de recettes que les années antérieures ainsi que les événements à venir (Tour de France, etc.).

Vigilance : les montants de la taxe de séjour se rapprochent des résultats de l'année de référence 2019, entre autres grâce à l'ouverture de nombreux hébergements depuis 2019, (Novotel 102 chambres, le Mariott 93 chambres, etc.) ; mais, les taux d'occupation par hôtel, sont quant à eux moins bons.

7588 "Autre"

Une recette complémentaire liée à des refacturations commerciales :

- les frais de participation engendrés par les salons professionnels sur lesquels certains partenaires socioprofessionnels seront engagés aux côtés de l'OT MDG, leur seront refacturés.
- Une recette complémentaire est liée à la convention de partenariat entre l'OT de la Communauté de communes du pays de Cruseilles d'un montant total de 76 220 € représentant une compensation financière due à la reprise de la gestion de la taxe de séjour et au développement touristique du territoire.

Le chapitre 75 s'élèvera à 747 093 € en 2023 contre 475 150 € au BP2022.

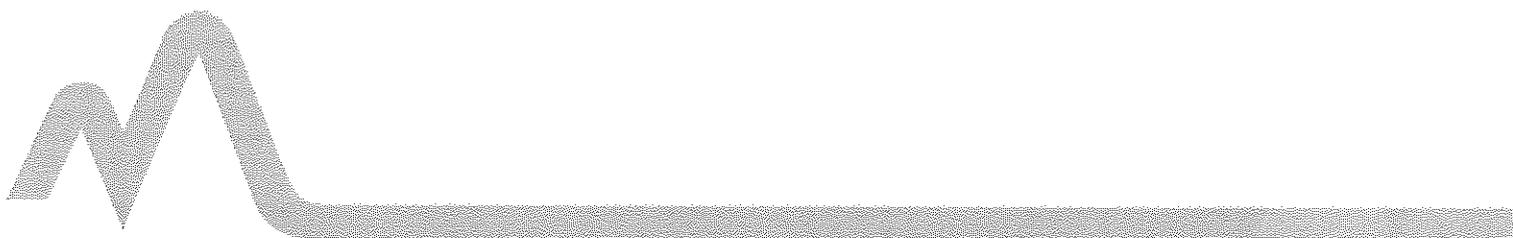
RECETTES D'EXPLOITATION ESTIMÉES = 1 603 496 € en 2023 contre 1 251 344 € au BP2022.

B - SECTION D'INVESTISSEMENT

1 - LES CHARGES

CHAPITRE 001 – Solde d'exécution de la sect. d'INV reporté

Le résultat de l'exercice 2022 indique un déficit de 12 507€.





Le chapitre 001 s'élèvera à 12 507 € en 2023 contre 0 € au BP2022.

CHAPITRE 20 – Immobilisations incorporelles

En ce qui concerne les projets du service « communication », les projets sont revus à la baisse, car de plus en plus de contenus sont produits en interne. L'externalisation des projets concerne essentiellement la production vidéo ou des projets de post-production pour les campagnes de communication.

Le chapitre 20 s'élèvera à 28 800 € en 2023 contre 43 599 € au BP2022.

CHAPITRE 21 – Immobilisations corporelles

Par ailleurs, l'achat de matériel informatique est à prévoir pour renouveler petit à petit le parc numérique de l'OT (tablettes, téléphones, ordinateurs, etc.)

A cela, nous ajoutons une enveloppe budgétaire pour renforcer le matériel photos et vidéos du service communication, ainsi que pour le mobilier de la MMT.

En 2022, il était prévu, d'acheter du matériel pour implanter l'OT au niveau de la gare d'arrivée du futur Téléphérique du Salève ainsi que des supports pour les "accueils hors les murs", ces dépenses auront lieu en 2023 pour permettre aux collaborateurs de disposer de matériels solides et qualitatifs.

Le chapitre 21 s'élèvera à 19 650 € en 2023 contre 32 598 € au BP2022.

CHAPITRE 26 – Participations et créances rattachées à des participations

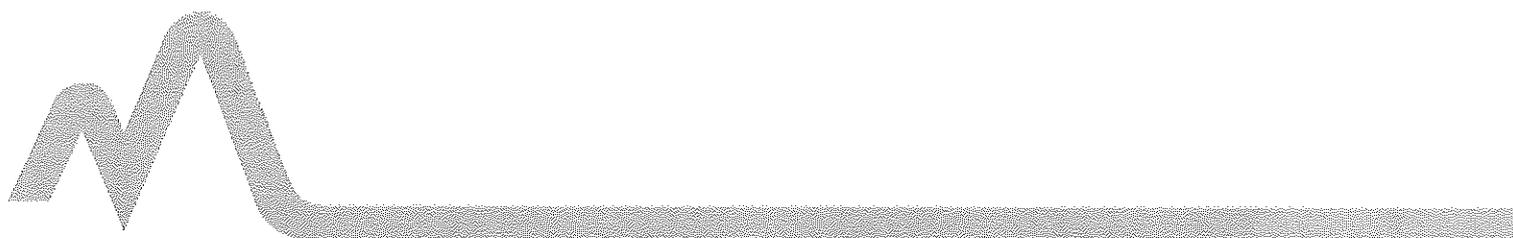
Le chapitre 26 s'élèvera à 0 € en 2023 contre 1 000 € au BP2022.

CHAPITRE 27 – Autres immobilisations financières

Le chapitre 27 s'élèvera à 0 € en 2023 contre 2 783 € au BP2022.

DÉPENSES D'INVESTISSEMENT ESTIMÉES = 60 957 € en 2023 contre 79 980 € au BP2022.

2 - LES PRODUITS





CHAPITRE 001 – Solde d'exécution de la section d'investissement reporté

Le chapitre 001 s'élèvera à 0 € en 2023 contre 25 180 € au BP2022.

CHAPITRE 021 – Virement de la section d'exploitation

Le chapitre 021 s'élèvera à 0 € en 2023 contre 27 000 € au BP2022.

CHAPITRE 10 – Dotations fonds divers et réserves

La ligne reporte le résultat du CHAPITRE 001 – Solde d'exécution de la sect. d'INV reporté

Le chapitre 10 s'élèvera à 12 507 € en 2023 contre 0 € au BP2022.

CHAPITRE 040 - Opérations d'ordre de transfert entre sections

La ligne reporte les amortissements indiqués au chapitre 68 "Dotations aux amortissements et aux provisions"

Le chapitre 040 s'élèvera à 48 450 € en 2023 contre 27 800 € au BP2022.

RECETTES D'INVESTISSEMENT ESTIMÉES = 60 957 € en 2023 contre 79 980 € au BP2022.

