

| Effectifs 2024 (approuvés le 02/11/2024)                         |              |                    |            |                |  |  |  |   |
|--|--------------|--------------------|------------|----------------|--|--|--|---|
| Fonction   | Eip          | Temps travail en % | Base Hebdo | Mensuel        | Equivalences (CCN 3175)                            | Autre élément de rémunération                                  | Temps de travail                             | Personne qui occupe le poste actuellement |
| Directeur générale   | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Agent non titulaire fonction publique territoriale |  | CDI temps plein, 38h par semaine, 25 RTT     | Carole NICANDELA                          |
| Directrice adjointe et responsable communication - marketing     | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Cadre  |  | CDI temps plein, soit 35h par semaine 25 RTT | Sandra RAMAULLY                           |
| Chargé de développement  | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Cadre  | Avantage en nature voiture de fonction                         | CDI temps plein soit 35h par semaine         | Jean-Marie LAURENT                        |
| Responsable développement commercial                             | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Cadre  | Avantage en nature voiture de fonction<br>Primes sur objectifs | CDI temps plein                              | Thierry PHILIPPE                          |
| Chargés d'affaires MICE & relations partenaires                  | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       | Avantage en nature voiture de fonction                         | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Pauline LACAN                             |
| MICE Developer   | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       | Avantage en nature voiture de fonction<br>Primes sur objectifs | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Jeanne PERRIER                            |
| Chargé(e) de communication                                       | 0,8          | 80,00%             | 28         | 121,33         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI 80%, soit 28 h par semaine               | Sabrina PLEE                              |
| Chargé(e) de communication                                       | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Brice SOUAMSAVOUK                         |
| Chargé(e) de communication                                       | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Jeanne TOLICHE                            |
| Chargé(e) de communication                                       | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Manon REVUZ                               |
| Responsable Accueil et Qualité                                   | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Cadre  |  | CDI temps plein, soit 35h par semaine 25 RTT | Christel RAMON                            |
| Responsable système accueil - référentiel Affaires               | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI 100%, soit 35 h par semaine              | Zoé LESGOURGUES                           |
| Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique                  | 0,8          | 80,00%             | 28         | 121,33         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI 80%, soit 28 h par semaine               | Emilie BEAUPERE                           |
| Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique                  | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Laetitia BEARD                            |
| Comptable  | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Biliss RUIJD-OOZIER                       |
| Chargés de mission administrative et gestionnaire taxe de séjour | 1            | 100,00%            | 35         | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine        | Cindy ANICE                               |
| <b>EIP</b>   | <b>15,60</b> |                    |            | <b>2366,04</b> |  |  |  |   |
| <b>ECART 2023</b>  | <b>0,00</b>  |                    |            |                |  |  |  |   |

| Fonction                        | Eip      | Temps travail en % | Base Hebdo | Mensuel | Equivalences (CCN 3175)                       | Autre élément de rémunération | Temps de travail  | Personne qui occupe le poste actuellement |
|---------------------------------|----------|--------------------|------------|---------|---|-------------------------------|---|---|
| Saisonnier Conseiller en séjour | 1        | 100,00%            | 35         | 151,67  | 1.2 - Employé                                 |                               | CDI saisonnier temps plein soit 35h par semaine été 2023    |   |
| Alternant                       | 1        | 100,00%            | 35         | 151,67  | formation initiale en fonction âge et diplôme |                               | CDI contrat alternance 35semaine - période école/entreprise | Lina DRI                                  |
| <b>Total</b>                    | <b>2</b> |                    |            |         |   |                               |   |   |

Aurélie BUSSAT - Secrétaire de séance

Aurélie BUSSAT secrétaire de séance

Signé par :   
D3995A3200BA464...

| Effectifs 2025   |              |                    |              |                |  |  |                                       |   |
|--|--------------|--------------------|--------------|----------------|--|--|---------------------------------------|---|
| Fonction   | Eip          | Temps travail en % | Base Hebdo   | Mensuel        | Equivalences (CCN 3175)                            | Autre élément de rémunération                                  | Temps de travail                      | Personne qui occupe le poste actuellement |
| Directeur générale   | 1            | 100,00%            | Forfait/jour | 151,67         | Agent non titulaire fonction publique territoriale |  | CDI temps plein, contrat              | Carole NICANDELA                          |
| Directrice adjointe et responsable communication - marketing     | 1            | 100,00%            | Forfait/jour | 151,67         | Cadre  |  | CDI temps plein, contrat              | Sandra RAMAULLY                           |
| Chargé de développement  | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Cadre  | Avantage en nature voiture de fonction                         | CDI temps plein soit 35h par semaine  | Jean-Marie LAURENT                        |
| Responsable développement commercial                             | 1            | 100,00%            | Forfait/jour | 151,67         | Cadre  | Avantage en nature voiture de fonction<br>Primes sur objectifs | CDI temps plein, contrat              | Thierry PHILIPPE                          |
| Chargés d'affaires MICE & relations partenaires                  | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       | Avantage en nature voiture de fonction                         | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Pauline LACAN                             |
| MICE Developer   | 1            | 100,00%            | Forfait/jour | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       | Avantage en nature voiture de fonction<br>Primes sur objectifs | CDI temps plein contrat               | Jeanne PERRIER                            |
| Chargé(e) de communication                                       | 0,8          | 80,00%             | 28           | 121,33         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI 80%, soit 28 h par semaine        | Sabrina PLEE                              |
| Chargé(e) de communication                                       | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Brice SOUAMSAVOUK                         |
| Chargé(e) de communication                                       | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Jeanne TOLICHE                            |
| Chargé(e) de communication                                       | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Manon REVUZ                               |
| Responsable Accueil et Qualité                                   | 1            | 100,00%            | Forfait/jour | 151,67         | Cadre  |  | CDI temps plein, contrat              | Christel RAMON                            |
| Responsable système accueil - référentiel Affaires               | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI 100%, soit 35 h par semaine       | Zoé LESGOURGUES                           |
| Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique                  | 0,8          | 80,00%             | 28           | 121,33         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI 80%, soit 28 h par semaine        | Emilie BEAUPERE                           |
| Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique                  | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Laetitia BEARD                            |
| Comptable  | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Biliss RUIJD-OOZIER                       |
| Chargés de mission administrative et gestionnaire taxe de séjour | 1            | 100,00%            | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Cindy ANICE                               |
| <b>EIP</b>   | <b>15,60</b> |                    |              | <b>2366,04</b> |  |  |                                       |   |
| <b>ECART 2024</b>  | <b>0,00</b>  |                    |              |                |  |  |                                       |   |

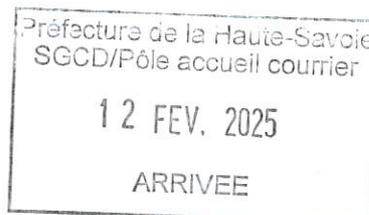
| Fonction                        | Eip      | Temps travail en % | Base Hebdo | Mensuel | Equivalences (CCN 3175)                       | Autre élément de rémunération | Temps de travail  | Personne qui occupe le poste actuellement |
|---------------------------------|----------|--------------------|------------|---------|---|-------------------------------|---|---|
| Conseiller en séjour Samedi     | 1        | 20,00%             | 7          | 28      | 1.2 - Employé                                 |                               | CDI saisonnier temps plein soit 35h par semaine (inhibité / non-séquentiel) | ??  |
| Saisonnier Conseiller en séjour | 1        | 100,00%            | 35         | 151,67  | 1.2 - Employé                                 |                               | CDI contrat alternance 35semaine - période école/entreprise                 | Lina DRI                                  |
| Alternant communication         | 1        | 100,00%            | 35         | 151,67  | formation initiale en fonction âge et diplôme |                               | CDI contrat alternance 35semaine - période école/entreprise                 | ??  |
| <b>Total</b>                    | <b>4</b> |                    |            |         |   |                               |   |   |
| <b>ECART 2024</b>               | <b>2</b> |                    |            |         |   |                               |   |   |



Président Patrick MOINE

Signé par :   
EB6D121BD3D2A0A...

Préfecture de la Haute-Savoie  
SGCD/Pôle accueil courrier  
12 FEV. 2025  
ARRIVEE



## DOCUMENT D'ORIENTATIONS BUDGETAIRES MONTs DU GENEVOIS ANNÉE 2025

### 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, la Communauté de Communes du Genevois et la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles est le 15 avril 2025 au plus tard.

A noter :

En 2024, plusieurs faits ont marqué l'évolution de l'Office de Tourisme :

1. 1<sup>er</sup> janvier 2024, élargissement du territoire au Pays de Cruseilles, après une première année de collaboration opérationnelle (2023).
2. Intégration des nouvelles orientations stratégiques préconisées par le schéma de développement touristique (2023-2028) approuvé en fin d'année 2023.

Le schéma de développement touristique constitue un document cadre auquel la convention d'objectifs et le plan d'actions se réfèrent.

3. Activation de la nouvelle convention d'objectifs, rédigée et approuvée par les EPCI pour la période 2024-2026, de même que de nouveaux statuts et une recomposition du Comité de direction pour adapter l'Office de Tourisme à la nouvelle dynamique touristique territoriale.

Pour rappel, la convention d'objectifs triennale (2024-2026) entre l'Office de Tourisme, Annemasse Agglo, la Communauté de Communes du Genevois et le Pays de Cruseilles, fixe les engagements pluriannuels en termes de développement touristique, et indique les objectifs et perspectives de l'Office de Tourisme. Les actions et orientations préconisées par le schéma de développement touristique ont permis de redessiner le cadre de la convention d'objectifs triennale.

4. La marque "Monts de Genève" ne pouvant être protégée de façon satisfaisante, l'Office de Tourisme a profité de l'élargissement de territoire pour déposer une nouvelle marque "Monts du Genevois" symbolisant l'expansion de la destination au territoire de Pays de Cruseilles (cf article 3, paragraphe III).

Voici un récapitulatif historique de la progression de l'Office de Tourisme :

#### **2021 : Refonte**

- Nouvelle convention tripartite 2021-2023 donnant lieu à de nouveaux objectifs
- Définition de la stratégie marketing et des plans d'action
- Restructuration de l'équipe avec l'intégration de nouvelles compétences et savoir-faire
- Intégration de nouvelles solutions numériques

#### **2022 : Déploiement**

- Mise en œuvre des plans d'action marketing
- Mise en œuvre des outils numériques (RoadBook...)
- Mise en place d'une nouvelle gestion de la taxe de séjour
- Mise en place de relais territoriaux
- Elaboration du Schéma de Développement Touristique

#### **2023 : Intensification**

- Poursuite des actions de déploiement et de numérisation

- Développement du MICE pour les acteurs partenaires BtoB et le Centre de convention
- Mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique (BIT...)
- Intégration du Pays de Cruseilles dans les opérations de l'OT
- Missions complémentaires (Tour de France...)
- Préparation de la convention 2024-2026

#### **2024 : Transition**

- Officialisation de l'élargissement de la destination au Pays de Cruseilles
- Nouveau nom de marque « Monts du Genevois »
- Poursuite des actions de déploiement et de numérisation
- Développement du MICE pour les acteurs partenaires BtoB et le Centre de convention
- Mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique (BIT, MICE, partenariats...)

#### **2025 : Activation**

- Mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique
- Déploiement de la nouvelle marque « Monts du Genevois » impliquant une stratégie marketing et une refonte progressive de tous les supports de l'OT
- Mise en place d'un observatoire touristique – économique
- Activation de trois études :
  - Hébergements
  - Espaces de séminaires
  - Etude de fréquentation et diagnostic touristique du massif du Salève - Réalisation d'un schéma d'accueil du public
- Réaménagement du point d'informations touristiques situé dans le centre commercial VITAM Ucpa
- Activation de la coopération public-public SMAG – OT pour le développement du MICE et les acteurs BtoB de la destination

## **II. ÉTAT DES LIEUX DE LA CONJONCTURE ÉCONOMIQUE**

### **État des lieux de l'année 2023 - Échelle régionale \* :**

Le bilan de l'année 2023 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
- 2.3 millions € d'investissement par AURA pour le tourisme d'Affaires et 23.5 M€ de retombées économiques (réservation, etc).

*\*En 2024, le bilan des chiffres indiqués ci-dessus est similaire.*

### **État des lieux de l'année 2024- Échelle locale :**

#### 1. L'évolution de la taxe de séjour et des opérateurs numériques

La taxe de séjour représente quelques centimes ou euros, en plus de la note d'hébergement.

Elle concerne tous les hébergements touristiques (palaces, hôtels, campings, meublés de tourisme etc.).

Les recettes générées doivent servir à favoriser la fréquentation touristique du territoire concerné.

En 2023, l'Office de Tourisme a enregistré une année exceptionnelle de taxe de séjour. On observe une légère baisse d'activité en 2024 pour certaines catégories d'hébergements par contre on observe une hausse du reversement de la taxe de séjour par les opérateurs numériques qui s'explique par plusieurs raisons :

- Meilleure conformité et coopération des plateformes
- Augmentation des locations de courte durée (le nombre de logements proposés via Airbnb a augmenté).
- Meilleur suivi et contrôle pour s'assurer que les Opérateurs Numériques respectent leurs obligations
- Effet de la pandémie : à la sortie du confinement, le secteur du tourisme a connu une reprise combinée à la popularité des hébergements privés comme alternative aux hôtels
- Augmentation du tarif proportionnel de la taxe de séjour sur les hébergements non classés (2 à 5%) Dès lors que le prix des hébergements a très fortement augmenté en 2022 pour des raisons multiples et complexes, le rendement de la collecte s'est accru d'autant.

Rappel du mécanisme de la taxe de séjour proportionnelle :

On calcule le tarif de la taxe de séjour avec la formule : (prix de la nuit HT / nombre d'occupants y compris les mineurs) x % délibéré par la collectivité. On plafonne, le cas échéant, ce tarif au niveau du tarif délibéré pour les palaces. On applique le tarif sur les personnes assujetties et non exonérées. Si le barème légal des tarifs (fixes) de taxe de séjour fait l'objet d'une indexation, le pourcentage n'est pas indexé.

C'est logique puisque la taxe proportionnelle dépend du prix de l'hébergement qui est impacté par l'inflation.

Certains opérateurs numériques n'appliquent pas les règles d'exonération.

On observe que les événements nationaux et internationaux organisés sur le territoire, Genève ou limitrophe participent à générer des nuitées au sein des établissements hôteliers des Monts du Genevois.



Esplanade François Mitterrand  
74100 Annemasse – Fr  
Tél. : +33 (0)4 50 95 07 10  
[ot@montsdugenevois.com](mailto:ot@montsdugenevois.com)

| AA   | JANVIER     | FÉVRIER     | MARS        | AVRIL       | MAI         | JUIN        | JUILLET     | AOÛT        | SEPTEMBR<br>E | OCTOBRE     | NOVEMBR<br>E | DÉCEMBRE    | TOTAL        |
|------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| 2023 | 36 256,24 € | 42 624,09 € | 49 869,14 € | 48 542,12 € | 58 039,24 € | 54 360,36 € | 56 801,19 € | 60 427,58 € | 48 034,70 €   | 49 558,07 € | 45 788,35 €  | 47 296,86 € | 597 597,94 € |
| 2024 | 39 361,45 € | 44 042,40 € | 46 621,02 € | 44 536,29 € | 57 115,04 € | 59 459,16 € | 53 357,61 € | 59 619,00 € | 48 502,85 €   | 45 469,70 € | 45 743,04 €  | 42 082,65 € | 585 910,21 € |

| CCG  | JANVIER     | FÉVRIER     | MARS        | AVRIL       | MAI         | JUIN        | JUILLET     | AOÛT        | SEPTEMBR<br>E | OCTOBRE     | NOVEMBR<br>E | DÉCEMBRE    | TOTAL        |
|------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|--------------|-------------|--------------|
| 2023 | 13 398,46 € | 15 107,17 € | 16 481,00 € | 17 311,08 € | 19 570,60 € | 20 708,66 € | 22 882,77 € | 24 249,32 € | 19 530,20 €   | 16 429,30 € | 15 809,49 €  | 15 714,28 € | 217 192,33 € |
| 2024 | 13 419,45 € | 14 838,97 € | 14 901,40 € | 14 963,21 € | 18 485,96 € | 21 252,54 € | 20 968,65 € | 21 884,55 € | 17 048,21 €   | 15 733,42 € | 15 241,40 €  | 13 765,47 € | 202 503,23 € |

| CCP<br>C | JANVIER  | FÉVRIER    | MARS       | AVRIL      | MAI        | JUIN       | JUILLET    | AOÛT       | SEPTEMBR<br>E | OCTOBRE    | NOVEMBR<br>E | DÉCEMBRE   | TOTAL       |
|----------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|-------------|
| 2023     | 401,11 € | 1 647,97 € | 1 695,38 € | 2 274,04 € | 3 385,08 € | 3 613,23 € | 3 876,46 € | 4 375,53 € | 3 240,77 €    | 2 256,45 € | 1 311,60 €   | 2 756,85 € | 30 834,47 € |
| 2024     | 694,84 € | 1 026,49 € | 1 811,84 € | 2 142,84 € | 3 935,25 € | 3 517,92 € | 3 145,00 € | 4 499,49 € | 2 944,52 €    | 2 275,07 € | 2 253,71 €   | 2 259,81 € | 30 506,78 € |

**Déclarations effectuées par les hébergeurs sur la plateforme taxe de séjour (2023 et 2024) :**

**Reversement des opérateurs numériques \* (2023 et 2024) :**

|      |      | 1ER<br>SEMESTRE | 2EME<br>SEMESTRE |
|------|------|-----------------|------------------|
| AA   | 2023 | 157 543,35 €    | 212 010,26 €     |
|      | 2024 | 211 753,65 €    | 228 378,21 €     |
|      |      | 1ER<br>SEMESTRE | 2EME<br>SEMESTRE |
| CCG  | 2023 | 39 760,03 €     | 53 172,75 €      |
|      | 2024 | 55 819,68 €     | 65 415,37 €      |
|      |      | 1ER<br>SEMESTRE | 2EME<br>SEMESTRE |
| CCPC | 2023 | 15 985,14 €     | 14 423,56 €      |
|      | 2024 | 18 653,40 €     | 18 632,22 €      |

\*Les reversements des opérateurs numériques du 2<sup>ème</sup> semestre 2024 sont en cours de traitement et de consolidation.

**Chiffres clés (2023 et 2024) :**

| AA/CCG/CCPC |              |                    |                      |
|-------------|--------------|--------------------|----------------------|
|             | DÉCLARATIONS | OPÉ.<br>NUMÉRIQUES | RECETTES<br>GLOBALES |
| 2023        | 845 624,74 € | 492 895,09 €       | 1 087 187,91 €       |
| 2024        | 819 920,22 € | 598 652,53 €       | 1 396 212,41 €       |

### **III. SUBVENTIONS EPCI**

#### **2024 :**

Les recettes de la taxe de séjour pour l'année 2024 se sont révélées nettement supérieures aux prévisions initiales, notamment le reversement des opérateurs numériques d'un montant de 598 652.53 €.

En conséquence, après concertation, l'OT a renoncé aux versements de la 2ème partie de la subvention versées par les 3 EPCI.

Cette décision a impliqué une révision du budget primitif.:

Diminution des recettes au chapitre 74 (compte 74) pour un montant de 209 110.00€.

Réduction des dépenses au chapitre 011 (compte 611) pour un montant de 209 110.00€, afin de garantir l'équilibre budgétaire.

#### **2025 :**

En 2025, à l'élaboration du DOB et au vu des versements générés par les opérateurs numériques, plus élevés que prévu, la gouvernance de l'OT a conclu que la trésorerie était suffisante pour permettre de payer les charges fixes et le l'activation des projets 2025 opérationnels et stratégiques. Un seul versement de la subvention sera demandé par l'OT aux 3 EPCI, à savoir 209 110 €. Cette mesure reste toutefois exceptionnelle.

Le suivi mensuel de la trésorerie et du budget permettra de dresser un bilan à mi-parcours (juin/juillet 2025). En cas de besoin, l'OT pourra être amené à demander le versement du reste de la subvention conventionnelle.

Cette décision a été validée politiquement par les 3 Présidents le 16/01/2025.

### **IV. INGÉNIERIE TOURISTIQUE**

#### **1. Etude Schéma Développement Tourisme de la Destination :**

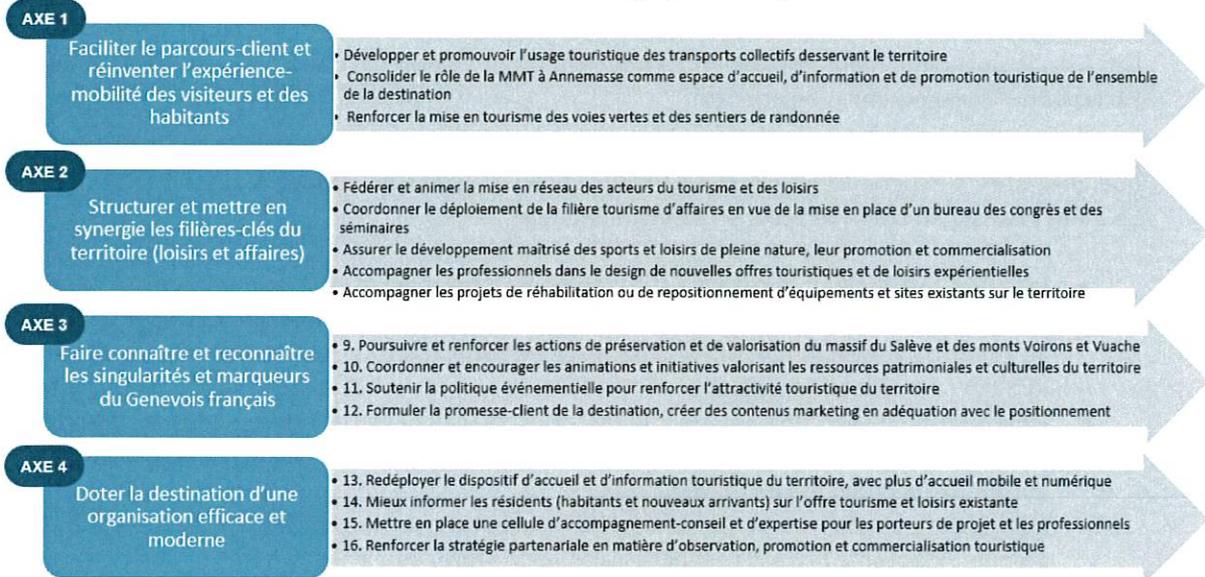
##### **A. CONTEXTE DU SDT**

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.

Le schéma de développement touristique (2023-2028) a permis de dégager les enjeux touristiques et les axes stratégiques de la destination. Les fiches actions détaillées définissent 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, les indicateurs à mettre en place et à suivre (cf ci-dessous le rappel des axes).

Après un an, l'équipe de l'Office de Tourisme continue d'intégrer les actions préconisées par le cabinet. Une revue de projet est actualisée chaque trimestre, en concertation avec la gouvernance de l'OT et les techniciennes des 3 EPCI.

## Déclinaison des axes stratégiques en plan d'actions



## B. POSITIONNEMENT MARKETING

Une destination qui invite à prendre de la hauteur, au sens propre comme au sens figuré.



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.

## C. LES CIBLES

### UN MARCHÉ PRIORITAIRE : LES HABITANTS ET LA CLIENTÈLE DE PROXIMITÉ

- Cible : Résidents permanents, secondaires, nouveaux arrivants (l'habitant peut être accueillant, consommateur, offreur, influenceur, citoyen)
- Objectifs : leur faire bénéficier d'un statut privilégié, leur faire découvrir le territoire et devenir prescripteurs
- Motivations : sortir du cadre du quotidien, se divertir, se dépenser, découvrir ou redécouvrir les « trésors cachés »...
- Un « break » pour les citoyens de proximité

### UN MARCHÉ AUX BESOINS SPÉCIFIQUES : LA CLIENTÈLE AFFAIRES

- Leur faire découvrir la destination et leur donner envie de revenir pour un séjour d'agrément

### UN MARCHÉ À CONQUÉRIR : LA CLIENTÈLE EXOGÈNE (EN TRANSIT OU EN SÉJOUR)

- Retenir la clientèle de passage : faire découvrir les incontournables pour donner envie de rester une nuitée ou faire revenir pour un séjour
- Conforter la destination Monts de Genève comme une escale loisirs entre ville & nature, un « camp de base » entre le Lac Léman et le Mont-Blanc.

## V. LES 4 AXES À DÉVELOPPER EN 2025

Depuis la validation du DOB, fin 2023, l'OT a activé de nombreuses actions prioritaires (ex : élargissement rééquilibrage MICE vs LOISIRS ; mise en place de la coopération SMAG – OT dans le cadre de la commercialisation des espaces du Centre de convention by Archparc ; validation et lancement de la nouvelle marque Monts du Genevois ; etc.).

En 2025, l'OT a identifié 4 axes du SDT qui méritaient d'être développés, à savoir :

### **AXE 3 – FICHE 10**

**Coordonner et encourager les animations et initiatives valorisant les ressources patrimoniales et culturelles du territoire**

- Etat des lieux de l'existant et des initiatives
- Mise en place de partenariats (associations locales, métropolitaines, institutionnelles ou privées)
- Lancement de groupes de travail thématiques – coordination
- Création de parcours et d'articles sur le thème du patrimoine, de l'histoire, culture du territoire
- Activation progressive de Genius Loci
- CCPC > bains de la caille projet de sécuriser et préserver les ruines des anciens thermes
- Promotion élargie à différents supports locaux

### **AXE 3 – FICHE 11**

**Soutenir la politique événementielle pour renforcer l'attractivité touristique du territoire**

- État des lieux de l'existant sur le territoire
- Accompagner les événements déjà existants
- Redéfinir certaines actions et contributions de l'OT
  - Levier de notoriété
  - Générer une consommation
- Ouverture progressive en 2025 et élargissement de la compétence « promotion événementielle » de l'OT en vue de la future convention d'objectifs 2027 - 2029

### **AXE 4 – FICHE 14**

**Mieux informer les résidents (habitants et nouveaux arrivants) sur l'offre tourisme et loisirs existante, et renforcer leur appropriation du territoire**

- ❖ Associer les habitants, les associations, les communes (ambassadeurs de destination – témoignages et portraits)
- ❖ Benchmark sur autres destinations (canaux, offres)
- ❖ Déployer le roadbook, les kits, les supports d'informations aux partenaires institutionnels et professionnels
  - ❖ Favoriser l'installation des nouveaux habitants : kit nouvel arrivant, pots des communes, transmission d'offres de loisirs du territoire, etc.

**AXE 3 – FICHE 4**

**Fédérer et animer la mise en réseau des acteurs du tourisme et des loisirs à l'échelle du territoire**

- ❖ Création d'un club orienté vers les professionnels du loisir
- ❖ Formations/ transmissions de l'informations/ éductours aux partenaires
- ❖ Actions de communication mutualisées (offres communes, salons partagés)
- ❖ Evolution du salon professionnel My Business Event

|  |
|--|
| <p><b><u>PARTIE II : ORIENTATIONS BUDGÉTAIRES POUR L'EXERCICE</u></b><br/><b><u>2025</u></b></p> |
|--|

**RAPPEL :**

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 pour des développements à plus long terme ;
- réaliser un bilan politique mi-parcours en juillet avec les Présidents des EPCI pour arbitrer si nécessaire.

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



Esplanade François Mitterrand  
74100 Annemasse – Fr  
Tél. : +33 (0)4 50 95 07 10  
[ot@montsdugenevois.com](mailto:ot@montsdugenevois.com)

- 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) ;

Les orientations budgétaires pour l'année 2025 ont été établies sur la base des résultats estimés au **20 janvier 2025** par l'OT MDG. Ces projections permettent une estimation au plus près des réalités budgétaires de l'année 2025. Elles intègrent bien sûr la traduction budgétaire des orientations marketing de l'année, mais également une projection sur 2026, en lien avec la nouvelle convention d'objectifs 2024-2026 et les préconisations du Schéma de Développement Touristique.

MONTs DE GENEVE - BUDGET PRINCIPAL - CA - 2024

|   |           |
|---|-----------|
| <b>II – PRESENTATION GENERALE DU COMPTE ADMINISTRATIF</b> | <b>II</b> |
| VUE D'ENSEMBLE  | A1        |

EXECUTION DU BUDGET

|  |                          | DEPENSES       | RECETTES       | SOLDE D'EXECUTION (1) |
|--|--------------------------|----------------|----------------|-----------------------|
| REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres) | Section d'exploitation   | A 1 880 790,95 | G 1 824 879,24 | G-A -55 911,71        |
|  | Section d'investissement | B 61 202,51    | H 54 649,52    | H-B -6 552,99         |

|                           |  | DEPENSES               | RECETTES                      |
|---------------------------|--|------------------------|-------------------------------|
| REPORTS DE L'EXERCICE N-1 | Report en section d'exploitation (002)   | C 0,00<br>(si déficit) | I 597 088,52<br>(si excédent) |
|                           | Report en section d'investissement (001) | D 0,00<br>(si déficit) | J 19 350,99<br>(si excédent)  |

|                                |  | DEPENSES                | RECETTES                | SOLDE D'EXECUTION (1) |
|--------------------------------|--|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| TOTAL (réalisations + reports) |  | P= A+B+C+D 1 941 993,46 | Q= G+H+I+J 2 495 968,27 | =Q-P 553 974,81       |

| RESTES A REALISER A REPORTER EN N+1 (2) | Section d'exploitation                        | E 0,00          | K 0,00     |
|---|---|-----------------|------------|
|   | Section d'investissement                      | F 42 766,68     | L 0,00     |
|   | TOTAL des restes à réaliser à reporter en N+1 | = E+F 42 766,68 | = K+L 0,00 |

|                 |                          | DEPENSES                   | RECETTES                   | SOLDE D'EXECUTION (1) |
|-----------------|--------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------|
| RESULTAT CUMULE | Section d'exploitation   | = A+C+E 1 880 790,95       | = G+I+K 2 421 967,76       | 541 176,81            |
|                 | Section d'investissement | = B+D+F 103 969,19         | = H+J+L 74 000,51          | -29 968,68            |
|                 | TOTAL CUMULE             | = A+B+C+D+E+F 1 984 760,14 | = G+H+I+J+K+L 2 495 968,27 | 511 208,13            |

**1. Section Fonctionnement :**

Dépenses 2024 :

Sur la base du budget primitif 2024, **nos engagements des dépenses** ont été partiellement tenus :

- Nous avons réalisé 89% des dépenses prévues au BP.  
Les études ont lissé sur la fin d'année et début 2025 ainsi que le projet VITAM



#### Recettes 2024 :

Sur la base du budget primitif 2024, **nos engagements des recettes** ont été dépassés de manière significative :

- Nous avons réalisé 114% des recettes 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 14% par rapport au BP.

L'augmentation importante de taxe de séjour génère un excédent budgétaire 2024 qui nous a permis de faire une DM pour investissement d'un montant de 129 749 € afin de concrétiser le projet des études sur le territoire piloté et financé par l'OT .

#### **2. Section Investissement :**

##### Dépenses 2024 :

Sur la base du budget primitif 2024, **nos engagements des dépenses** ont été partiellement tenus :

- Nous avons réalisé 87% des dépenses prévues au BP.  
En effet, certaines dépenses initialement prévues pour les investissements, notamment le BIT de Vitam n'ont pas été réalisés.

#### Recettes 2024 :

Sur la base du budget primitif 2024, **nos engagements des recettes** ont été légèrement dépassés à 105 %. Certains amortissements ont été bouclés.

Le Document d'Orientations Budgétaires 2025 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

**ATTENTION** : Afin de nous mettre en conformité, le Trésor Public nous a demandé de présenter nos budgets en TTC et non en HT dès 2024. En effet, notre mission de « Promotion de territoire » nous exclut de récupérer la TVA, sauf sur une partie marginale représentant 3% des recettes, soit moins de 10 000 € de TVA à récupérer.

#### CHAPITRE 011 - CHARGES A CARACTERE GENERAL

##### ARTICLE 60 : ACHATS ET VARIATIONS DE STOCKS

Les achats de fournitures de bureau et d'entretien, les coûts d'impression seront stables.  
La hausse des coûts d'essence liée à l'inflation est prévue pour l'équipe mais surtout pour le MICE Developer qui sera amené à se déplacer quotidiennement dans le cadre de sa mission.  
(3 000 € prévus pour le carburant).

- L'article 60 s'élève à 16 236.23 € TTC en 2025 contre 13226.77 € TTC réalisés en 2024.

##### ARTICLE 61 : SERVICES EXTERIEURS

- Poste 611 : Contrats de prestation de services

Le poste 611 sera à réévaluer à la hausse en 2025.

##### Budget Général et Ressources Humaines :

Les charges liées aux frais fixes restent stables (entretien des véhicules, assurance des locaux et du matériel, location du photocopieur, maintenance de la téléphonie, mise à disposition du logiciel de taxe de séjour, externalisation DPO, support comptabilité et taxe de séjour, prestataire de sécurité, etc.).

En 2024 le service ressources a fait l'acquisition d'un nouveau logiciel de suivi RH dans l'optique d'optimiser et fluidifier les process (Kammi). L'abonnement à cette application est reconduit en 2025 pour faciliter la gestion du temps, ainsi que le traitement de la paie envoyé ensuite à notre cabinet via Silae.

De plus, certaines missions chronophages (traitement de facturation commerciale, etc.) seront déléguées à une indépendante pour fluidifier et réduire le temps de gestion administratif.

### **Budget Accueil :**

Les dépenses liées aux contrats de prestation sont conservées pour pérenniser et poursuivre le déploiement des outils informatiques tels que le Roadbook, TAKA, Fairquest, etc. Ces dispositifs permettront à l'OT de poursuivre la transformation de l'accueil : élargir la diffusion de l'information touristique, développer le déploiement de l'accueil touristique hors les murs, analyser la satisfaction clients, rendre plus attractif le métier de conseiller en séjour et aller à la rencontre d'un public plus varié (habitants du territoire, touristes étrangers et excursionnistes) (15 000 €) (axe 4 – fiches 13 et 14).

De plus, une enveloppe est prévue pour permettre à l'OT de poursuivre tout le travail amorcé depuis 2 ans en déployant des dispositifs d'informations touristiques sur mesure au sein des communes (kit nouvel arrivant, support pour cartes et dépliants touristiques, etc.) (axe 4 – fiche 14). (10 000 €)

Par ailleurs, comme en 2024, l'animation de certains accueils délocalisés (1 000 €) et la réalisation de quelques opérations de « street marketing » (14 000 €) par un prestataire extérieur auront elles aussi un impact financier. Ces opérations pourront être déployées dans le cadre d'événements spécifiques ayant un impact positif sur la notoriété de la destination. (axe 3 – fiche 11).

A noter que de nombreux projets amorcés en 2024 seront poursuivis en 2025, notamment sur le développement et la mise en tourisme des offres itinérantes pédestres et cyclables (ViaRhôna, Route des 5 lacs, PDIPR, GR65 Saint-Jacques de Compostelle). Création de contenus, circuits, mises à jour des supports, traductions, éditions de dépliants ou communication. (axe 1 – fiche 3). (1 000 €).

De nouveaux projets seront activés dès 2025 sur la thématique de la culture avec l'objectif de mieux valoriser les ressources patrimoniales du territoire. Les moyens seront répartis sur différentes actions collaboratives, de communication, de conception, de soutien à des initiatives locales. En parallèle, l'OT sera contributeur du déploiement progressif des médailles Genius Loci qui sert à valoriser le patrimoine bâti et créer des circuits culturels. (axe 3 – fiche 10). (2 600 €).

Suite au lancement du projet de réaménagement du pont d'informations touristiques situé dans la galerie de Vitam Ucpa, une enveloppe est prévue pour les derniers travaux à réaliser (fibre, électricité, artisans) (5 100 €). Tous les coûts d'aménagement ont été inscrits à la section d'investissement et réglés en 2024 (axe 4 – fiches 13 et 14).

En ce qui concerne la Maison de la Mobilité et du Tourisme, le projet de créer une boutique (3 000 €) est activé (commercialisation de produits souvenirs, billetterie, produits locaux, carte-postales, etc.). Quelques achats de mobiliers seront réalisés (étagère sécurisée, portants à carte postale). Une étude de faisabilité co-portée par Annemasse Agglo, l'OT et TAC sera effectuée. Le coût de prise en charge de l'étude sera porté par l'OT (8 000 € budget général) (axe 1 – fiche 2).



Un budget sera dédié à la formation des partenaires professionnels et acteurs touristiques pour les accompagner dans la montée en compétence (1 000 €). Cela permettra aux professionnels de se mobiliser aux côtés de l'OT (axe 3 – fiche 7).

#### **Budget Commercial :**

De nombreuses opérations de valorisation MICE sont prévues pour répondre aux enjeux et objectifs de développement Affaires. Une enveloppe est prévue (10 000 €) pour permettre aux équipes de déployer des dispositifs de communication sur des médias spécialisés (axe 2 – fiches 4 et 5).

Plusieurs actions réalisées en 2023 et 2024, qui ont connu un franc succès, seront renouvelées et développées en 2025, notamment l'événement My Business Event (30 000 €) et l'animation du Club Affaires (5 000 €). Ces actions sont destinées à maintenir la synergie entre les partenaires du Club et valoriser leurs offres. Certains moyens financiers seront également attribués au lancement d'un club loisirs (axe 2 – fiches 4 et 5).

Une hausse est prévue en 2025, puisque le service commercial a fait l'acquisition en 2024 d'un nouveau CRM pour fluidifier les bases de données clients et la facturation. Des actions marketing sont envisagées pour aider au service commercial à se structurer sur la stratégie.

De plus de nombreux supports de communication, promotion, création de contenus photos, vidéos sont envisagés pour que le service gagne en visibilité notamment lors de prospection en BtoB ou sur salons. Plusieurs salons nationaux ont été fléchés pour 2025 pour cibler une clientèle professionnelle (axe 2 – fiche 5). L'enveloppe impactera le budget du service communication.

#### **Budget Communication :**

Comme pour 2024, le compte 611 demande une révision à la hausse pour externaliser certains projets et pour assurer la qualité de traduction des outils de l'Office de Tourisme (site web, brochures, etc.). Les dépenses entre loisirs (28 200 €), affaires (31 200 €) et multi-axe (28 800 €).

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 leur influence sur les réseaux sociaux, l'objectif sera de maintenir cet investissement pour varier les profils d'ambassadeurs de la destination et intensifier le volume de la production (axe 3 – fiche 12).

Des agences spécialisée dans les stratégies RP, marketing, événementielles seront mandatées pour nous accompagner dans le déploiement d'opérations de communication / promotion, sélection des canaux, etc. et gérer certaines campagnes importantes (56 600 €), site web, outils numériques, etc. (axe 3 – fiche 11 et 12).

Un travail important sera amorcé dès le 1er trimestre 2025 sur le référencement naturel du site internet (audit, définition d'une stratégie) (20 000 €).

Une enveloppe importante sera attribuée à l'activation de partenariats promotionnels et événementiels (130 000 €). Plusieurs actions et opérations seront dédiées à la valorisation de la destination, à la mise en avant de sites touristiques emblématiques et à la promotion d'événements à forts potentiels pouvant générer des retombées économiques sur le territoire. L'objectif étant de capitaliser sur l'existant et la notoriété d'équipements et événements phares. (axe 3 – fiche 11).

### **Budget Général - Études:**

En 2024, des enveloppes budgétaires importantes ont été réservées pour financer des projets d'envergures menés dans le cadre du développement touristique et pour répondre aux axes du Schéma de Développement Touristique.

Le cabinet MKG a été mandaté par l'OT en novembre 2024 pour réaliser un audit, une cartographie des équipements existants et ainsi préconiser des développements, investissements touristiques (axe 4 – fiche 16).

Une partie du financement a déjà été réalisée à 50 % en 2024 pour conduire la première phase. 60 000 € seront à régler cette année pour finaliser les études.

### **Budget taxe de séjour :**

En 2025, il est prévu :

- De continuer à simplifier les démarches de déclarations de taxe de séjour pour les hébergeurs notamment grâce à une **plateforme commune** pour nos trois collectivités (5 040,00€ HT).
- De renforcer la **régulation et la maîtrise des hébergements locatifs** en tenant compte des évolutions législatives, notamment la nouvelle loi "des meublés de tourisme".
- De réfléchir à l'évolution des tarifs de la taxe de séjour.

### **Voici quelques axes et propositions d'actions liées à la taxe de séjour pour 2025 :**

#### **I. Poursuivre l'optimisation de la taxe de séjour :**

- Analyse et suivi de l'évolution des déclarations et des reversements de la taxe de séjour
- Renforcement des indicateurs
- Utilisation du logiciel Airdna pour suivre l'offre de locations meublées sur Airbnb et Abritel.

#### **II. Poursuivre l'accompagnement des communes :**

##### **Mise à jour et mise à disposition d'un kit pour les élus pour :**

- La mise en place de la procédure d'autorisation de changement d'usage.
- La mise à disposition de l'outil Déclaloc (version Cerfa ou numéro d'enregistrement) pour les communes, en attendant la mise en place de la plateforme nationale.
- Un accompagnement juridique proposé et pris en charge par l'Office de Tourisme via le cabinet Affaires Publiques pour la rédaction et les projets de délibération de la mise en place

de l'autorisation de changement d'usage et « du numéro d'enregistrement ». Si une commune demande une intervention individuelle ou particulière, elle en assumera les frais.

**III. Proposer un renforcement des contrôles pour lutter contre les déclarations inexactes ou les non-déclarations**

**IV. Poursuivre la communication et la sensibilisation auprès des mairies et des loueurs via :**

- Articles, guides, nouveautés... transmis par mail ou mis à disposition sur la plateforme de taxe de séjour.

Un budget de **15 500€ HT** est prévu pour l'année 2025. Ce budget est couvert par les recettes de la taxe de séjour (poste 753).

Impact attendu :

- Meilleure régulation des hébergements locatifs sur tout le territoire.
- Renforcement de la communication auprès des hébergeurs
- Renforcement de la communication et de la connaissance du parc locatif pour les collectivités.

Un dispositif qui met en avant la collaboration et l'optimisation des ressources grâce à un financement issu des recettes directes.

- [Poste 6122 Leasing, Postes 6132 Location immobilière, 6135 location mobilière, 614 charge locative et copropriété, 61551 maintenance et réparation](#)

Les charges récurrentes sont maintenues (frais de parking, loyer et fonctionnement MMT, etc.).

Une légère hausse est à prévoir du fait des mensualités du nouveau leasing de la voiture mise à disposition du MICE Developer ainsi que certaines charges qui subissent l'inflation.

- [Poste 6156 : Maintenance](#)

**Budget Général :**

La transformation numérique engagée par l'Office de tourisme dans son organisation et ses projets sera poursuivie en 2025 (Roadbook, site web, TAKA, Fairguest, etc.)

Les autres charges fixes de maintenances déjà engagées auparavant sont maintenues (tables tactiles, MMT, etc.).

**Budget Commercial :**

Quelques ajustements à la hausse sont à prévoir pour la valorisation Affaires.

L'abonnement à la plateforme Prémices pour poursuivre la promotion de la destination à l'échelle régionale (4200 €).

En totalité sur tous les services (123 918.04 € pour 2025 contre 112 065.29 € en 2024)

- [Poste 6161 : Assurance](#)

Une légère augmentation est à prévoir (hausse des prix dus à l'inflation, un véhicule de plus à assurer ainsi que le téléphérique prochainement installé sur le parvis de la gare d'Annemasse.

- L'article 61 s'élève à 683603.28 € TTC en 2025 contre 535213.14 € TTC **réalisés** en 2024.

## **ARTICLE 62 : AUTRES CHARGES EXTERNES**

### **- Poste 6226 : Honoraires**

En 2024, nous avons finalisé la procédure du changement de nom. En 2025 un montant de 13 805 € est budgété pour divers honoraires.

De plus, nous sommes accompagnés par un cabinet comptable et social pour traiter différentes tâches (paie, contrats, avenants, conseil pour les budgets, etc.) (20 000 €). Avec un audit sur les contrats est prévu en 2025. (10 000 €).

### **- Poste 6228 : Rémunérations diverses - Prestations de services des dossiers commerciaux (compensé par les recettes dossiers commerciaux article 70)**

#### **Budget commercial :**

En octobre 2023, après une année de négociation et de rédaction, la convention de coopération public-public entre l'Office de Tourisme et le SMAG (Syndicat Mixte d'Aménagement du Genevois), société de gestion du Centre de Convention by Archparc a été signée.

Cet accord entre les deux institutions valide le fait que l'OT soit le « commercialisateur » des espaces du Centre de Convention.

Ceci impliquera des achats de prestations auprès des partenaires et prestataires pour permettre au service MICE Commercial de l'OT de traiter les dossiers commerciaux.

Les achats de prestations ont été estimés à 79 000 € pour les dossiers.

Les recettes générées par le chiffre d'affaires, les marges, les commissions, les honoraires du Centre de Convention By Archparc, viendront compenser ce chapitre dans la partie recette de la section exploitation, **poste 70 : Vente de prestations de services et le chapitre 75 Autres produits de gestion courante**. Ces recettes sont estimées à 113 780 €.

Pour finir, une enveloppe (6 000 €) affectée au MICE sera destinée à l'accueil de groupes ou prescripteurs sur la destination.

#### **Budget Accueil**

Un budget (14 700 €) est prévu pour la gestion de la billetterie/librairie (ex : topoguides, titre TPG, vignettes autoroutes, entrées Vitam, etc.).

Ces dépenses seront compensées par le [chapitre 70 Vente de prestations de services](#).

- [Poste 6231 : Annonces et insertions](#)

Le service Communication va poursuivre la promotion du territoire en réalisant des publications sur différents supports, médias, sponsoring, etc. (114 601.92 €).

- [Poste 6233 : Foires et exposition](#)

En 2025, le service Commercial intensifiera la promotion de la destination affaires, sur des médias spécialisés et adaptés à nos cibles (SBE, presse professionnelle, etc.)

Forte augmentation de ce poste pour permettre à l'équipe MICE commerciale de l'OT d'être présente sur des temps forts et des salons professionnels. Le MICE Developer pourra ainsi représenter l'OT et prospecter de nouveaux marchés (salons business, afterwork, SBE, salons Atout France, etc.), (43 200 € pour 2025 contre 28 141.60 € en 2024).

- [Poste 6236 : Catalogues et imprimées et article 6237 : publications](#)

Les supports papiers de l'OT seront de nouveaux imprimés (le Magazine, les flyers, etc.) (35 069.00 € pour 2025 contre 22 378.55 € en 2024). Ils sont très largement distribués lors des opérations de street marketing pour toucher le plus large public.

- [Poste 6238 : Frais divers de publicité](#)

Cet article permet à l'OT de communiquer sur le changement de nom « Monts du Genevois ». En effet, tous les textiles, équipements de promotions (roll up, bâches, stands, matériels de promotion et communication, vitrophanie, PLV...) (25 450 € en 2025 contre 35 891.39 € en 2024).

- [Poste 6251 : Voyages et déplacements et article 6256 : Missions](#)

Les comptes 6251 et 6256 connaissent une hausse importante puisque les frais liés aux déplacements, aux représentations et aux actions de fidélisation seront intensifiés sur le territoire français et suisse (33 040 € en 2025 contre 14 034.73 € en 2024).

En complément, des dépenses sont prévues pour permettre l'accueil d'Éductours ou de clients « Affaires » à l'initiative de partenaires et prescripteurs spécialisés.

- [Poste 6257 : Réception](#)

Cet article connaît une légère hausse avec des actions plus qualitatives et plus nombreuses, ainsi qu'un budget prévu pour les moments de convivialité via la QVT pour l'équipe ainsi que le Format proposé lors des CODIR.

Des déjeuners club affaires, My Business Event, 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 de réception sont également prévus pour l'accueil de médias, producteurs de contenus, influenceurs, rendez-vous professionnels, politiques ou autre (29 180 € en 2025 contre 32 419.50 € en 2024).

- **Poste 6262 : Frais de télécommunication**

Nous avons équipé quasi tous nos collaborateurs d'une ligne portable, les charges restent stables (18 000€ en 2025 contre 16 969.71 € en 2024)

- **Poste 6281 : Concours divers**

Ce compte reste stable, (8 825.41 € en 2025 contre 9 113.88 € en 2024).

- **Poste 6283 : Prestations ménage**

Ce compte reste stable, (16 000 € en 2025 contre 15 158.16 € en 2024).

➤ L'article 62 s'élève à 478 701.33 € TTC en 2025 contre 417 061.70 € TTC réalisées en 2024.

**Le chapitre 011 s'élèvera à 1 186 041€ TTC en 2025 contre 965 501.61 € TTC réalisé en 2024.**

## **CHAPITRE 012 - CHARGES DE PERSONNELS**

En 2025, l'équipe sera composée de :

- 1 CDI droit public, 15 CDI droit privé (soit 15.60 ETP à l'année), ainsi que deux alternants (1 communication et 1 commercial), 1 contrat CDI pour les samedis (20%) ainsi que 1 CDD saisonnier été (mi-juin – mi-septembre).
- La réorganisation de l'équipe, entamée fin 2023 se poursuivra en 2025 pour continuer d'optimiser, augmenter l'efficacité et la productivité des équipes, et ainsi permettre aux collaborateurs de suivre l'évolution de la structure et le développement de la destination.

Vous trouverez ci-dessous un tableau récapitulatif des effectifs :

|                       |
|-----------------------|
| <b>Effectifs 2025</b> |
|-----------------------|

| Fonction   | Etp | Temps travail en % | Base Hebdo   | Mensuel | Échelon/indice (CCN 3175)                          | Autre élément de rémunération                                  | Temps de travail                      | Personne qui occupe le poste actuellement |
|--|-----|--------------------|--------------|---------|--|--|---------------------------------------|---|
| Directrice générale  | 1   | 100,00%            | Forfait jour | 151,67  | Agent non titulaire fonction publique territoriale |  | CDI temps plein, contrat jour         | Carole INCANDELA                          |
| Directrice adjointe et responsable communication - marketing | 1   | 100,00%            | Forfait jour | 151,67  | Cadre  |  | CDI temps plein, contrat jour         | Sandra RAMAULLY                           |
| Chargé de développement                                      | 1   | 100,00%            | 35           | 151,67  | Cadre  | Avantage en nature voiture de fonction                         | CDI temps plein soit 35h par semaine  | Jean-Marie LAURENT                        |
| Responsable développement commercial                         | 1   | 100,00%            | Forfait jour | 151,67  | Cadre  | Avantage en nature voiture de fonction<br>Primes sur objectifs | CDI temps plein, contrat jour         | Thierry PHILIPPE                          |
| Chargée d'affaires MICE & relations partenaires              | 1   | 100,00%            | 35           | 151,67  | Technicien Agent de maîtrise                       | Avantage en nature voiture de fonction<br>Primes sur objectifs | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Pauline LACAN                             |
| MICE Developer   | 1   | 100,00%            | Forfait jour | 151,67  | Technicien Agent de maîtrise                       | Avantage en nature voiture de fonction<br>Primes sur objectifs | CDI temps plein contrat jour          | Jeanne PERRIER                            |
| Chargé(e) de communication                                   | 0,8 | 80,00%             | 28           | 121,33  | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI 80% soit 28 h par semaine         | Sabrina PLEE                              |
| Chargé(e) de communication                                   | 1   | 100,00%            | 35           | 151,67  | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Brice SOUVANSANOUK                        |
| Chargé(e) de communication                                   | 1   | 100,00%            | 35           | 151,67  | Technicien Agent de maîtrise                       |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Jeanne TOUCHE                             |



Esplanade François Mitterrand  
74100 Annemasse – Fr  
Tél. : +33 (0)4 50 95 07 10  
[ot@montsdugenevois.com](mailto:ot@montsdugenevois.com)

|  |              |         |              |                |                              |  |                                       |                      |
|--|--------------|---------|--------------|----------------|------------------------------|--|---------------------------------------|----------------------|
| Chargé(e) de communication                                       | 1            | 100,00% | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Manon REVUZ          |
| Responsable Accueil et Qualité                                   | 1            | 100,00% | Forfait jour | 151,67         | Cadre                        |  | CDI temps plein, contrat jour         | Christel RAMPON      |
| Responsable adjointe accueil - référent(e) affaires              | 1            | 100,00% | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise |  | CDI 100% soit 35 h par semaine        | Zoé LESGOURGUES      |
| Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique                  | 0,8          | 80,00%  | 28           | 121,33         | Technicien Agent de maîtrise |  | CDI 80% soit 28 h par semaine         | Emilie BEAUPERE      |
| Chargé(e) d'accueil et de promotion touristique                  | 1            | 100,00% | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Laetitia BEARD       |
| Comptable  | 1            | 100,00% | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Bilkiss RUJID-OOZEER |
| Chargée de mission administrative et gestionnaire taxe de séjour | 1            | 100,00% | 35           | 151,67         | Technicien Agent de maîtrise |  | CDI temps plein soit 35 h par semaine | Cindy AVICE          |
| <b>ETP</b>   | <b>15,60</b> |         |              | <b>2366,04</b> |                              |  |                                       |                      |
| <b>ECART 2024</b>  | <b>0,00</b>  |         |              |                |                              |  |                                       |                      |

| Fonction                    | Etp | Temps travail en % | Base Hebdo | Mensuel | Échelon/indice (CCN 3175) | Autre élément de rémunération | Temps de travail   | Personne qui occupe le poste actuellement |
|-----------------------------|-----|--------------------|------------|---------|---------------------------|-------------------------------|--------------------|---|
| Conseiller en séjour Samedi | 1   | 20,00%             | 7          | 28      | 1.2 - Employé             |                               | CDI contrat samedi | ??  |



Esplanade François Mitterrand  
74100 Annemasse – Fr  
Tél. : +33 (0)4 50 95 07 10  
[ot@montsdugenevois.com](mailto:ot@montsdugenevois.com)

|                                    |          |         |    |        |   |  |   |           |
|------------------------------------|----------|---------|----|--------|---|--|---|-----------|
| Saisonnier<br>Conseiller en séjour | 1        | 100,00% | 35 | 151,67 | 1.2 -<br>Employé  |  | CDD<br>saisonnier<br>temps plein<br>soit 35h par<br>semaine<br>(mi-juin / mi-<br>septembre) | ??        |
| Alternant commercial               | 1        | 100,00% | 35 | 151,67 | rémunération<br>légale : en<br>fonction age<br>et diplôme |  | CDD contrat<br>alternance<br>35h/semaine -<br>période<br>école/entrepri<br>se               | Lina IDRI |
| Alternant<br>communication         | 1        | 100,00% | 35 | 151,67 | rémunération<br>légale : en<br>fonction age<br>et diplôme |  | CDD contrat<br>alternance<br>35h/semaine -<br>période<br>école/entrepri<br>se               | ??        |
| <b>Total</b>                       | <b>4</b> |         |    |        |   |  |   |           |
| <b>ECART 2024</b>                  | <b>2</b> |         |    |        |   |  |   |           |

**Le chapitre 012 s'élève à 870 000 € en 2025 contre 833 488.85 € en 2024**

## CHAPITRE 65 - AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE

### - Poste 6535 : Formation salariés

Une légère hausse est à prévoir pour ce chapitre. La montée en compétences de l'équipe est une des priorités de l'OT afin de continuer à former et permettre aux équipes d'évoluer (30 000 € en 2024 contre 18 000 € en 2023). Cette enveloppe contient également un montant pour les formations de la directrice. A noter : En 2023, de nombreuses formations ont été annulées par l'organisateur faute de participants pour maintenir les sessions.

- Le chapitre 65 s'élèvera à 30 000 € en 2025 contre 27 151.07 € **réalisés** en 2024.

## CHAPITRE 67 - CHARGES EXCEPTIONNELLES

### - Poste 6718 : Charges exceptionnelles

Une provision de 250 € est prévue en cas de remboursement client à effectuer. Ce poste reste stable.

- Le chapitre 67 s'élèvera à 250 € en 2025 contre 0 € **réalisé** en 2024.

## CHAPITRE 022 - DÉPENSES IMPRÉVUES

### - Poste 22 : Dépenses imprévues

Une provision de 5 000 € est prévue en cas de besoin.

- Le chapitre 022 sera à 5 000 € en 2025 contre 0 € **réalisé** en 2024.

## CHAPITRE 023 - VIREMENT A LA SECTION INVESTISSEMENT

### - Poste 023 : Virement à la section d'investissement

- Le chapitre 023 « Virement à la section d'investissement » est à 129 749 € en 2024. Équilibré avec le chapitre 021 « Virement de la section exploitation »

## CHAPITRE 042 - DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS ET AUX PROVISIONS

### - Poste 6811 : Dotation aux amortissements

Depuis Janvier 2024, les investissements s’amortissent dès le premier jour d’acquisition et non comme auparavant au 01/01/N+1. Les investissements réalisés en 2024 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 37 924 € pour 2025 plus le report de régularisation amortissement 2024 sur 2025 de 3750€.

- Le chapitre 042 s’élèvera à 41 674 € en 2025 contre 50 900.01 € **réalisés** en 2024.

**CHARGES D’EXPLOITATION ESTIMÉES À = 2 132 968 € TTC en 2025 contre 1 876 836 € TTC réalisés en 2024.**

## A. SECTION D’EXPLOITATION

### 2. LES RECETTES

#### CHAPITRE 70 – PRESTATIONS DE SERVICES ET VENTES DE MARCHANDISES

- Poste 706 : Prestations de service

##### **Budget Commercial :**

- Partenariats :  
Les partenariats seront renouvelés cette année. Nous prévoyons de générer des recettes à hauteur de 28 000 € en 2025 contre 27644 € en 2024.  
Ces recettes pourront être atteintes en fonction de l’augmentation du nombre de partenaires annuels. L’objectif est fixé à 180 partenaires pour 2025, contre 163 partenaires en 2024.
- Insertions publicitaires :  
La vente d’encarts publicitaires est stable. Nous prévoyons 6 500 € en 2025 contre 6 349€ en 2024.
- Ventes de prestations sur dossiers commerciaux :  
Apport CA MICE Developper au territoire, ainsi que les marges générées, s’élève à 75 000 € en 2025 contre 70 489 € en 2024.
- Poste 707 : Ventes et marchandises

##### **Budget Accueil :**

Le compte 707 qui concerne les ventes réalisées par le service accueil (boutique, librairie et billetterie) fait l'objet d'une baisse des ventes car les abonnements TPG représentaient les ventes les plus importantes. L'OT étant moins présent à Vitam-Ucpa, les ventes seront donc moins élevées. Les ventes réalisées par le service accueil sont estimées à 7 500 € en 2025 contre 6835.81 € réalisées en 2024.

- Le chapitre 70 s'élèvera à 117 000 € en 2025 contre 111 317.81€ réalisés en 2024.

## **CHAPITRE 74 – SUBVENTIONS D'EXPLOITATION**

*L'article 13.2 des Statuts de l'OT, approuvés par les 3 EPCI de tutelle en décembre 2023, stipule que "la subvention globale prévue à la charge des EPCI est répartie entre elles au prorata du nombre d'habitants de chaque collectivité (dernière situation INSEE connue) qui est le principe de base du calcul.*

*Ces montants peuvent être rediscutés en Commission politique, notamment au moment du DOB.*

*Pour la convention qui entrera en vigueur en janvier 2024, le montant global de la subvention annuelle d'exploitation est fixé à 418 220 € et réparti entre les trois EPCI de la manière suivante :*

- ⇒ Annemasse Agglo : 247 441€
- ⇒ Communauté de Communes du Genevois : 128 373€
- ⇒ Communauté de communes du Pays de Cruseilles : 42 406€

Au vu des montants de la taxe de séjour encaissée en 2024, l'OT ne sollicitera que 50% de la subvention, à savoir 209 110 €. Cette décision a été validée politiquement par les 3 Présidents le 16/01/2025.

- Le chapitre 74 s'élèvera à 209 110€ en 2025 égale à celle obtenue en 2024.

## **CHAPITRE 75 – AUTRES PRODUITS DE GESTION COURANTE**

- **Poste 752 : Revenus immeubles non affectés**

Refacturation à Tp2a à hauteur de 50% de toutes les dépenses en fourniture effectuées pour le personnel installé à la Maison de la Mobilité et du Tourisme (8 000 € en 2025 contre 6 776.26 € réalisées en 2024).

- **Poste 753 : Taxe de séjour**



Par son statut en EPIC, l'OT récupère le montant intégral de la taxe de séjour, ce qui en fait, sa principale recette. Il a été mis en place depuis 2020 un protocole permettant d'optimiser la collecte de taxe de séjour.

Les recettes de la taxe de séjour ont un impact sur le budget de l'Office de tourisme car elles permettent de financer des projets structurants pour le territoire.

Voici la synthèse des chiffres déclarés par les hébergeurs sur la plateforme taxe de séjour :

- 660 304 € en 2019 ;
- 334 137 € en 2020 ;
- 416 283 € en 2021 ;
- 669 953,84 € en 2022 ;
- 845 624,74 € en 2023 (intégration CCPC)
- 808 731,07 € en 2024 (montant amené à évoluer en raison des déclarations manquantes)

Les reversements de la taxe de séjour du mois de décembre 2024 et les reversements des opérateurs numériques du 2<sup>nd</sup> semestre 2024, seront encaissés courant janvier 2025.

Les prévisions de recette de la taxe de séjour pour 2025 est estimée à **1 200 000€** pour 2025.

On tient compte :

1. **Des déclarations des hébergeurs** : On se base sur les données des années précédentes.
2. **De la collecte des opérateurs numériques** : Ces plateformes doivent collecter la taxe de séjour, conformément à la réglementation.
3. **Des redevables de la taxe de séjour** : Montants titrés auprès du Trésor public.

- [Poste 7588 : Autre](#)

#### **Budget Commercial :**

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.
- Dans le cadre de la coopération avec le Centre de Convention by Archparc, il a été convenu la prise en charge financière, de la part du SMAG, à hauteur de 25% de toutes les charges fixes générées par la mobilisation de la commercialisation de leurs espaces (salaires, frais salons, avantages, etc.). Les honoraires seront calculés chaque année, 44 800 € sur l'année complète de 2025 contre 44 880 € 2024.

#### **Budget Général :**

Les subventions apprentissages, et autres remboursements.

➤ Le chapitre 75 s'élèvera à 1 252 880 € en 2025 contre 1 503 120.93 € **réalisés** en 2024.

**RECETTES D'EXPLOITATION ESTIMÉES À = 2 132 965 € en 2025 contre 1 824 879 € réalisés en 2024.**

## **B. SECTION D'INVESTISSEMENT**

### **1. LES CHARGES**

#### **CHAPITRE 20 – IMMOBILISATIONS INCORPORELLES**

En ce qui concerne les projets du service « communication », les projets de campagnes vidéo sont stables, certains contenus vidéos seront externalisés et d'autres seront réalisés en interne

- Le chapitre 20 s'élèvera à 34 500€ en 2025 contre 27 011.20€ en 2024.

#### **CHAPITRE 21 – IMMOBILISATIONS CORPORELLES**

Un projet important est prévu pour réaménager entièrement l'espace touristique situé dans la zone commerciale du VITAM – Ucpa (23 0000 €).

L'objectif est de rendre attractif ce lieu d'accueil et de proposer des espaces de découverte sur d'autres parties de la destination, en cohérence avec le point d'accueil principal situé à Annemasse, à la Maison de la Mobilité et du Tourisme.

Cet accueil devra vivre avec ou sans la présence d'un conseiller en séjour et ainsi, apporter tout le confort et l'intérêt nécessaire (axe 4 – fiche 14)

Etude de fréquentation du Salève :

Un cabinet sera mandaté dès le 1er semestre 2025 pour réaliser une étude de fréquentation du massif du Salève et définir un schéma d'accueil des publics. L'objectif sera également d'aider et aiguiller les acteurs et collectivités concernés à élaborer un plan d'actions et d'expérimentations, articulé avec la réouverture du téléphérique (actions de sensibilisation, pédagogie, etc.) (180 000 €) (axe 3 – fiche 9).

Une aide financière pourrait être reversée à l'OT par le biais du Département 74.

- Le chapitre 21 s'élèvera à 137 222€ en 2025 contre 31 408.05€ en 2024

#### **CHAPITRE 27 – IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES**

Renouvellement du bail de la MMT pour la période du 01/01/2023 au 31/12/2029

- Le chapitre 27 s'élèvera à 0€ en 2025 contre 2783€ en 2024

**DEPENSES D'INVESTISSEMENT ESTIMÉES À = 171 722€ en 2025 contre 61 203 € réalisés en 2024.**

## **B. SECTION D'INVESTISSEMENT 2. LES RECETTES**

### **CHAPITRE 10 – DOTATIONS FONDS DIVERS ET RÉSERVES**

Excédent 2024 reporté en 2025.

- Le chapitre 10 s'élèvera à 130 049€ en 2025 contre 19 351€ en 2024.

### **CHAPITRE 040 - OPERATIONS 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 3750 € report 2024 plus 37924€ en 2025 soit 41 924€ contre 50900 € en 2024.



Esplanade François Mitterrand  
74100 Annemasse – Fr  
Tél. : +33 (0)4 50 95 07 10  
[ot@montsdugenevois.com](mailto:ot@montsdugenevois.com)

**RECETTES D'INVESTISSEMENT ESTIMÉES À = 171 722€ en 2025 contre 70251€ réalisés en 2024.**

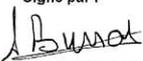
Patrick ANGLINE Président  
Président



Signé par :  
  
E86D121BD3D240A...

Aurélie BUSSAT - Secrétaire de séance

Aurélie Bussat secrétaire de séance

Signé par :  
  
D3995A3200BA464...

