



COMITE DE DIRECTION Présidente : Nathalie REGOND PLANAS

Collège conseillers communautaires : 12 maires, représentants communes communautaires

Collège socioprofessionnel : 11 représentants (hébergements/ restaurateurs, producteurs locaux, artisans, activités de loisirs, de découvertes, maritimes, activités de pleine nature, membre qualifié)



Directrice/ Ordonnateur
Sandrine FABIER

Responsable Ressources humaines et affaires financières

Régisseuse taxe de séjour CCACVI et OTI
Valerie GRUNFELD**

ADJOINTE DE DIRECTION

RESPONSABLE DU SERVICE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE
Isabelle BERGA

ADJOINTE DE DIRECTION

RESPONSABLE POLE ACCUEIL, suivi des labels et de la démarche Qualité
Rose Merry CONAN

Suivi Taxe de séjour: Sandrine GRANDIN-laura Mayonove

Facturation: Mathilde DACRUZ CALVET

Suivi des plannings: Rose Merry CONAN

Suivi des travaux, aménagements:
Valérie GRUNFELD **

Activités de loisirs y compris artisanat d'art / semaines Mar I Munt: Vanessa CARBONNE
Suivi des sites GEOTREK, BALUDIK; Elisabeth COSTE

Restauration, hébergements: Laura MAYONOVE
Fêtes et manifestations : Caroline MAHOUX
Tourisme durable: Caroline MAHOUX
Producteurs locaux: Marjorie GALANO

Commercialisation: Patricia BAUDESSON

Site Internet: Bettina BAUER
Reporter numérique: Hugo PAGES *
Editions papier: Bettina BAUER
Relation presse locale et communale: Caroline MAHOUX

Accueil OTI (mel/tel): Bernadine GIAMALIS
Accueil hors de murs/tchat : Marjorie GALANO

Accueil: Sybille RUI, Oksana GURA * , Jordan TORRENTS * , Virginie CARBOU, Bernadine GIAMALIS, Bettina BAUER, Elisabeth COSTE, Caroline MAHOUX, Marjorie GALANO, Patricia BAUDESSON, Mathilde DACRUZ CALVET, Isabelle BERGA, Vanessa CARBONNE, Rose Merry CONAN, Marike ECOLIVET, Philippe ESPERIQUE, Sandrine GRANDIN, Laura MAYONOVE, Deborah PENSU**

Suivi, gestion de la doc (stock, bourse échanges, etc.):
Bernadine GIAMALIS

Guides conférenciers: Philippe ESPERIQUE, Marike ECOLIVET

Agents du patrimoine: Elisabeth COSTE, Vanessa CARBONNE, Caroline MAHOUX,

Ménage: personnel mis à disposition par la CC ACVI (refacturé)

5 objectifs

1. Organiser un accueil de qualité sur les 12 communes du territoire et en lien avec les stations classées du territoire communautaire
2. Développer et structurer les filières attractives, porteuses d'affaires en hors saison
3. Ancrer l'office de Tourisme dans l'animation de son territoire
4. Conforter l'office de tourisme dans l'écosystème du tourisme
5. Tendre l'office de tourisme vers une autonomie financière

OBJECTIF 1

Organiser un accueil de qualité
sur les 12 communes du territoire
et en lien avec les stations classées
du territoire communautaire

Cet objectif tend vers le classement de l'Office de Tourisme en 1^{ère} catégorie
pour uniformiser l'OTI
avec les stations classées du territoire ET proposer un accueil de qualité qui réponde à la
stratégie de l'OTI

Mise en conformité des bâtiments

Action
1.1

ACTIONS A REALISER

- 1) Mise en œuvre des actions inscrites dans le document Unique (DUERP)
- 2) Réalisation des entretiens obligatoires (incendie, contrôle électrique, entretien clim, ...)
- 3) Proposer des espaces de travail en conformité
- 4) Proposer des lieux d'accueil frais, adaptés aux évolutions du climat

ENJEUX

- Assurer la mission d'accueil, d'information et de billetterie en lien avec la réglementation
- Assurer la sécurité des personnes au travail

INDICATEURS

- Tableau de suivi du DUERP
- Nombre d'incidents

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Direction RAF Resp. Accueil	FONCTIONNEMENT 6061 (12 000€)/ 6063(2000€)/611 (15000€) RGPD :1400€ SOCOTEC: 1005,6 Az incendie: 378 Entretien clim: 400 Frais de nettoyage: 2 000 Assurance (6161): 2100
	INVESTISSEMENT Mobilier: 15 000€
PARTENAIRES	CCACVI : responsable Qualité, service bâtiment précisés dans la convention Objectifs

Moderniser les 7 bureaux d'information touristique

Action
1.2

ACTIONS A REALISER :

- 1) Wifi pour les agents dans les bureaux, en plus du WIFI visiteurs
- 2) Achat bureautique pour faciliter la mobilité des agents sur le territoire
- 3) Accompagnement par un bureau d'études pour thématiser les bureaux en créant un parcours de visite entre les BIT
- 4) Changement de prestataire Téléphonie/Standard en relation avec le service informatique

ENJEUX :

- Proposer des lieux d'accueil qualitatifs et agréables pour le visiteur et le personnel
- Marquer l'appartenance à la Destination Pyrénées Méditerranée tout en donnant du sens à ces lieux (thématiques et climatiques)
- S'adapter à l'évolution des besoins des visiteurs et aux changements climatiques à venir
- Faciliter la mobilité des agents sur le territoire

INDICATEURS :

- Nombre de connexions Wifi dans les BIT
- Mise en place de tous les postes de travail (écran/souris/clavier)
- Mise en place du standard et de la téléphonie
- Mise en place de la fibre optique
- Consultation et choix pour le bureau d'études
- CR réunions autour des différents projets d'aménagement

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	informatique: 10 000€ Travaux bureaux informatique: 5 400€ Frais télécommunications: 17 000€ AMO aménagement: 40 000€
PARTENAIRES	CCACVI : responsable Qualité, service informatique précisés dans la convention Objectifs mairies

Obtenir le classement 1ere catégorie

Action
1.3

ACTIONS A REALISER :

- 1) Réalisation du dossier de classement
- 2) Maintenir la démarche de progrès continue (Qualité Tourisme) avec un accompagnement externe
- 3) Formation de la référente qualité
- 4) Formation des agents dans les langues étrangères, l'accueil hors des murs

ENJEUX

- Devenir une destination qualitative
- Optimiser et qualifier l'accueil sur le territoire
- Asseoir l'organisation de l'Office de tourisme
- Harmoniser les pratiques, unifier les habitudes de travail
- Apporter des réponses pérennes aux problématiques des visiteurs
- Répondre aux attentes clients

INDICATEURS

- Taux de satisfaction et nombre de réclamations
- Obtention du classement 1ere catégorie

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Chap. 11: 6226(2000€) Outil gestion du temps (ALOA): 1778€ Suivi qualité Tourisme sur 12 mois: 6 000€ Formation de la référente Qualité
---	---

PARTENAIRES	CRTL, AFDAS, CNFPT
--------------------	--------------------

Actions à réaliser

1. Analyse des fréquentations sur 2023
2. Analyse du calendrier 2024
3. Mise en place d'un planning prévisionnel en tenant compte des exigences du classement 1ère catégorie
4. Recrutement des saisonniers
5. Mise en place des démarches inscrites dans Qualité Tourisme pour mesurer et évaluer la fréquentation
6. Mutualisation de l'outil SCREEN SOFT avec Tourinsoft

ENJEUX

- Accueillir les visiteurs selon la procédure définie dans la démarche Qualité
- Adapter les périodes, jours et horaires d'ouverture selon les statistiques de fréquentation
- Développer un tourisme ouvert à l'année
- Harmoniser les pratiques, unifier les habitudes de travail en lien avec les stations
- Apporter des réponses pérennes pour la structure
- Optimiser et qualifier l'accueil sur le territoire pour un tourisme qualitatif et respectueux

INDICATEURS

- Taux de satisfaction et nombre de réclamations
- Maintenir au moins 240 jours par an, pour une durée minimale des différents bureaux d'information de 4 heures par jour et de 1680 heures par an

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Chap. 11: 6226(2000€) Outil gestion du temps (ALOA): 2000€ DOCAPOST/NEOPOST: 1 5534 Frais d'affranchissement (6261): 1 500€ SHARP (impressions): 9 500€ Screensoft: 2 000€ Chap 12
PARTENAIRES	mairies

HORAIRES d'OUVERTURE DES BUREAUX AU PUBLIC

FOCUS

HORAIRES STANDARD téléphonique: 9h-12h30 14h-17h30

Avril/1^{er} juillet/ 15 sept-oct

	Matin : 9h30-13h00	Après-midi 14h-17h30
Cerbere	Lundi au vendredi	
Laroque des Albères	Lundi au samedi	
SOREDE	Vendredi matin (pas de back office)	Lundi au vendredi
Saint André	Ouvert les mercredis journée pour animations Les jeudis : matin VG+ atelier PM Sur animations/réservations groupes	
Elné	Du lundi au vendredi	
Port Vendres	Lundi au samedi	Lundi au vendredi
Saint Genis des Fontaines	Lundi au samedi	Lundi au samedi

1^{er} juillet-15 septembre

	Matin : 9h30-13h00	Après-midi : 15h-18h30
Cerbere	Lundi au samedi Dimanche matin 14 juillet jusqu'au 25 août	Lundi au samedi
Laroque des Albères	Lundi au dimanche	
SOREDE	Vendredi matin (pas de back office)	Lundi au dimanche
Saint André	Ouvert les mercredis journée pour animations Les jeudis : matin VG+ atelier PM Sur animations/réservations groupes	
Elné	Du lundi au dimanche jusqu'au 25 août	
Port Vendres	Lundi au dimanche	Lundi au samedi
Saint Genis des Fontaines	Lundi au dimanche (9h30-12h30)	Lundi au dimanche (15-19h)

OBJECTIF 2

**Développer et structurer
les filières attractives,
porteuses d'affaires en hors saison**

Cet objectif vise à mobiliser les prestataires
autour d'actions communes
afin de développer le tourisme des ailes de saison.

Affirmer une destination patrimoine

Action
2.1

ACTIONS A REALISER

1. Faire monter en compétence l'ensemble de l'équipe sur les patrimoines exceptionnels du territoire (bâti, naturel, immatériel)
2. Mise en place des animations thématiques pour les touristes et les habitants
3. Alimenter la base de données de l'offre patrimoniale et recenser les acteurs qui œuvrent dans ce domaine sur le territoire
4. Suivre la politique Grand Site Occitanie
5. Organiser des visites guidées sur le territoire
6. Participation à Escale à Sète pour promouvoir le patrimoine maritime
7. Soutenir l'organisation d'Escale Port Vendres
8. Création et mise en place du jeu Tomas et Léo
9. Proposer un planning de visites guidées selon les conditions climatiques liées aux saisons pour tous les publics
10. Définir une stratégie sur plusieurs années pour développer une destination « Tourisme Patrimoine »

ENJEUX

- Création d'une image d'une destination patrimoniale pour diversifier le public touristique
- Adaptation du tourisme balnéaire face au dérèglement climatique

INDICATEURS

- Mise en place d'un dossier de presse
- Diffusion de la Carte aux trésors
- Progression des visites dans les sites patrimoniaux
- Participation à Escale Port Vendres
- Mise en place d'une stratégie partagée

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Guides conférenciers Pôle développement Communication	Carte aux trésors: 12 000€ Eductours : 2000€ Escale Port Vendres : 20 000€ Petit matériel pour animations: 1 500€ Jeu Tomas et Léo: 10 000€ Formation Master Tourisme BALUDIK: 2.280,00 € Recettes: 1 140€ (OMT Argeles)/10€/jeu Tomas et Léo/1 400€ visites guidées
PARTENAIRES	CCACVI, Communes, sites patrimoniaux, Parc marin du golf du Lion, Stations du territoire, Université de Limoges, CD 66, ADT, ports de caractères, associations

Visites guidées

FOCUS

ACTIONS A REALISER :

- 1) Réalisation des visites guidées pour les visiteurs en tenant compte de la forte chaleur estivale
- 2) Développer les visites guidées en dehors de la haute saison pour les individuels et groupes
- 3) Mise en place de visites guidées lors des événements dans les communes
- 4) Poursuivre la relation client lors de ces visites
- 5) Suivi du projet du phare Cap Béar
- 6) Suivi du Master Patrimoine et mise en place d'un service dédié

ENJEUX :

- Présenter le territoire de façon dynamique
- Donner une nouvelle image de la destination
- S'adapter à l'évolution des pratiques des visiteurs

INDICATEURS :

- Nombre de Visites guidées et participation

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Chap 12: coût agent Recettes estimées:
PARTENAIRES	CC ACVI, associations, Microfolie de Port Vendres, médiathèques

PLANNING Visites guidées

FOCUS

	Avril-mai-septembre	Juin-juillet-août	Lieu	NOM	TARIFS
Lundi	10h-12h	19h-21h	ELNE	Visite Ville	6€/pers gratuit pur les -18ans
Mardi		10-12h	Port Vendres	Visite atelier Mackintosh	10€/pers
	15h-18h	19h-21h	Port Vendres	Au fil de l'eau	6€/pers gratuit pur les -18ans + tarif groupes
Mercredi	10h-12h 15h-19h	10h-12h 15h-19h	Saint André	atelier	5€/enfant Si autonomie,3€/enfant
Jeudi	10h-12h	10h-12h	Saint André	La Médiévale	6€/pers gratuit pour les -18ans Adultes
	15h-17h	15h-17h	Saint André	Atelier	6€/pers 10€/pers
	10h12h	9h30-12h	Cerbere	Randonnée La Retirade/ visite ambiance urbex	10€/visite/
	15h-17h		Port Vendres	Mackintosh	
Vendredi	10h-12h	10h-12h	Saint Genis des F	Une histoire	6€/pers gratuit pour les -18ans Adultes
	15h-18h	19h-21h	Port Vendres	Voyage autour du port	

ACTIONS A REALISER

Ateliers de juin à octobre pour les familles tous les mercredis

Jeudi matin visite guidée et visite accompagnée du musée les jeudis après-midi

Ateliers

création: 10€/ participant

Atelier Isalia, pitchounettes: 3€ par enfant

Atelier Chimère: 5€/ enfant

ACTIONS A REALISER

1. Suivi des comités techniques, pilotage
2. Création d'un livret pour Cerbere et Port Vendres sur la patrimoine maritime
3. Participation à Escale à Sète au côté des communes de Port Vendres et Cerbere
4. Suivi du comité de pilotage pour Escale Port Vendres
5. Mise en place de la billetterie pour Escale Port Vendres et réalisation des ventes
6. Proposition de produits touristiques
7. Participation à la promotion des évènements
8. Mise en place de visites guidées spécifiques sur Escale Port Vendres

OBJECTIFS

- Développer une image patrimoniale de la Côte Vermeille
- Développer du séjour au Printemps et automne

INDICATEURS

- Nombre de billets vendus
- Fréquentation sur le stand Escale à Sète
- Nombre de participants aux visites guidées dédiées
- Fréquentation et retombées sur Escale Port Vendres
- Temps passé par les agents sur ces actions

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Chap. 11 Soutien Escale Port Vendres: 20 000€ Recettes: billetterie Chap 12: coût agent Guide conférencier Commercialisation
PARTENAIRES	Ville de Port Vendres, CD66, ports de caractères, associations, Microfolie de Port Vendres

ACTIONS A REALISER

1. Création d'une vidéo
2. Mise en place d'un programme durant les vacances de février
3. Réalisation des randonnées accompagnées pour les groupes
4. Réalisation de randonnées en dehors de la haute saison pour les individuels
5. Formation en interne de guides/accompagnateurs
6. Promotion au travers des salons,
7. Promotion sur le site Internet, réseaux sociaux

OBJECTIFS

- Développer une image responsable de la Côte Vermeille
- Développer du séjour au Printemps et automne pour tous les publics
- Mettre du sens dans les visites

INDICATEURS

- Nombre de billets vendus
- Fréquentation sur le stand Escalé à Sète
- Nombre de participants aux visites guidées dédiées
- Fréquentation et retombées sur Escalé Port Vendres
- Temps passé par les agents sur ces actions

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI	Chap 12: coût agent Guide conférencier Apprentissage Recettes: billetterie
PARTENAIRES	

Développer une image sportive

Action
2,3

ACTIONS A REALISER

1. Suivi et mise à jour des itinéraires, points d'intérêts dans GEOTREK en lien avec le département
2. Poursuite le soutien presse au Swim Run avec l'Office de tourisme d'Argeles sur Mer
3. Soutien à la communication/promotion du challenge Côte Vermeille (3 trails)
4. Intégration des circuits dans l'application CIRKWI
5. Création de contenus sur le blog et site Internet
6. Suivi des animations en lien avec les JO2024
7. Participation aux salons de la plongée et Salon Occ'ygene
8. Réalisation des rallyes randos

OBJECTIFS

- Valoriser l'offre existante
- Soutenir des projets apportant une image positive, sportive et/ou écoresponsable du territoire

INDICATEURS

- Nb de participants aux salons de la plongée et Salon Occ'ygene
- Nb d'articles de presse et de médias touchés
- Nb de participants

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Accueil presse SWIM RUN: 8400€ ttc (mutualisé avec OT) Argeles/Mer Challenge des 3 trails: 2 000€ Rallyes rando : 400€ (recettes : 500€) Salon de la plongée: 6 500€ Salon Occ'ygene: 1 750€ Mag balade semaine du Roussillon: 660 €Ht
PARTENAIRES	CCACVI, Communes, clubs de plongées, Parc Marin, ADT, Associations, prestataires WE LOGIN, OMT Argeles sur Mer



OBJECTIF 3

Ancrer l'office de Tourisme dans l'animation de son territoire

- Cet objectif vise à répondre aux enjeux définis par le CODIR :
- **Créer l'événement**, qui invente des expériences à partager ;
 - **Offrir des séjours à la carte** personnalisés,
proposés par des conseillers en séjour humains et virtuels ;
 - **Rassembler tous les acteurs** du territoire

Développer l'accueil hors des murs

Action
3.1

ACTIONS A REALISER :

- 1) Accueillir en visio, de façon personnalisée, les clients des hébergeurs du territoire, en amont du séjour
- 2) Poursuivre les accueils dans les campings du territoire en mettant en avant les prestataires du comptoir des loisirs
- 3) Poursuivre la présence dans les animations quand c'est nécessaire
- 4) Accueil des croisiéristes lors des escales sur Port-Vendres
- 5) Poursuivre la relation client via les réseaux sociaux: chat,

ENJEUX :

- Etre présent sur l'ensemble du territoire à des endroits où le flux touristique est important
- Créer des retombées économiques lors des escales à Port Vendres sur le territoire et faire la promotion de la destination
- S'adapter à l'évolution des pratiques des visiteurs
- Se former pour être dans l'écoute client et la vente

INDICATEURS :

- Nombre de visios réalisées
- Nombre de personnes renseignées sur notre destination lors des bateaux de croisière
- Bilan accueil hors les murs
- Visites guidées
- Personnes renseignées lors des salons
- Nombre de questionnaires satisfaction client

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Réf accueil hors des murs	Chap. 11 Plans de Port Vendres Chap 12 Cout agent croisières Cout agents campings Coût agent
PARTENAIRES	Hébergeurs, prestataires de loisirs

CAMPINGS

BILAN 2023

1 266 personnes renseignées (contre 1 130 en 2022)

6 campings volontaires (temps agent: 82h)

Très bien fonctionné sur Cerbere

- Renouvellement 2024
- flammes pour les campings volontaires
- Mise en place du planning
- livret guide des loisirs

CROISIERES

DATE	NAVIRES	NBRE PASSAGERS	AGENT D'ACCUEIL OTI
03/04/2024	AZAMARA PURSUIT	450	Marjorie Galano
20/04/2024	WINDSTAR	148	Marike Ecolivet
26/04/2024	WORLD NAVIGATOR	200	Marike Ecolivet
20/05/2024	WINDSURF	342	aucun agent disponible
06/06/2024	SEVEN SEAS VOYAGER	800	Marjorie Galano
15/06/2024	SPIRIT OF DISCOVERY	536	Oksana Gura
28/06/2024	SEABOURN OVATION	604	Oksana Gura
12/07/2024	CRYSTAL SYMPHONY	500	aucun agent disponible
02/08/2024	SEABOURN OVATION	604	aucun agent disponible
09/09/2024	RIVIERA	500	Patricia Baudesson
14/09/2024	ISLAND SKY	114	Marike Ecolivet
22/09/2024	AZAMARA QUEST	450	Marjorie Galano
01/10/2024	AZAMARA ONWARD	450	Marjorie Galano
11/10/2024	SEABOURN OVATION	604	Marjorie Galano
23/10/2024	OCEAN ODYSSEY	160	Patricia Baudesson
31/10/2024	CRYSTAL SYMPHONY	1000	Patricia Baudesson
01/11/2024	OCEAN ODYSSEY	160	aucun agent disponible
TOTAL 2024 ACCUEIL CROISIERES			13'

Adhésion Club croisières : proposition de MAD du personnel

13 escales sur Port Vendres (accueil arrivée bateaux),

Envoi de photos, accompagnement dans les dossiers de presse

Travail avec la guide conférencière et la mairie pour proposer de l'Offre patrimoniale sur Port Vendres

Faire évoluer les outils de promotion et communication

Action
3.2

ACTIONS A REALISER :

- 1) Renouveler le guide de la destination pour 2025
- 2) Réalisation du guide des loisirs en 2024
- 3) Intégrer l'IA dans les différents outils digitaux
- 4) Mise en place d'une médiathèque avec la CC ACVI
- 5) Mise à jour et développement du site Internet et blog
- 6) Participation au salon e-tourisme

ENJEUX

- Marquer l'appartenance à la Destination Pyrénées Méditerranée au travers de la promotion
- S'adapter à l'évolution des besoins des visiteurs et aux changements climatiques à venir

INDICATEURS

- Suivi de formations sur l'IA
- Participation au salon à Pau
- CR réunions autour des différents projets d'aménagement

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI
Direction – CQT – RAQ –
Ensemble du personnel
–

Chap. 11:6226/6233
**Médiathèque: 4 194€ mutualisé en invest+
1980€ loc annuelle**
IRIS: 10 000€
OVH: 100€
Cartes randonnées: 3000€
Guides destinations : 9000€
Dossier de presse
Salon etourisme
SCREEN SOFT : 2 000€
Chap 12: coût agent

PARTENAIRES

CCACVI, Communes

Animer le réseau de professionnels

Action
3.3

1. Rencontre annuelle pro
2. Tourinsoft: recensement et mise à jour des fiches
3. Renseigner de façon organisée et qualitative « l'espace pro »
4. Diffusion de la documentation des pros dans les 7 bureaux et sur demande
5. Présence de tous les pros sur le Site Internet de l'OTI avec mise en avant des pros labélisés QT, Accueil Vélos, Vignobles et Découvertes et partenaires du Comptoir des loisirs
6. Eductours thématiques
7. Bourse d'échange départementale et diffusion de la doc des pros aux autres OT du département
8. Participation aux actions de promotion physiques et digitales : accueil de presse, salons, etc, campagne de communication
9. Création du guide du partenaire recensant les actions de l'OTI, les services apportés

ENJEUX

- Informer les professionnels du tourisme
- Créer un véritable réseau de professionnels du tourisme du territoire en lien avec la stratégie de l'OTI

INDICATEURS

- Nb de Newsletters envoyées
- Nb de pros participant à la rencontre annuelle et aux réunions bilan
- Nb de porteurs de projet accompagnés
- Nb d'eductours réalisés
- Synthèse satisfaction partenaires
- Nb actions réalisées
- Promotion/communication
- Salon Promotion/communication

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Bourse d'échanges Journée pro Coût agent
PARTENAIRES	CCACVI, Communes

Créer de l'animation pour valoriser les productions locales

Action
3.4

ACTIONS A REALISER :

- 1) Travail avec l'Association « Saveurs des Albères » en les faisant participer lors des salons, actions de communication et promotion
- 2) Faire des vidéos des producteurs qui sont dans les animations/comptoir des loisirs et un film sur la destination gourmande
- 3) Organiser des ateliers chez les producteurs lors des semaines Mar i Munt
- 4) Mettre en place un plan d'actions pour soutenir la viticulture
- 5) Accompagnement de l'association « Saveurs des Albères » dans la mise en place des soirées gourmandes

OBJECTIFS :

- Promouvoir une destination gourmande
- Soutenir les producteurs locaux
- S'adapter à l'évolution des pratiques des visiteurs

INDICATEURS :

- Nombre de participants
- Nb de nouveautés sur WE LOGIN
- Nombre de soirées animées
- Nombre de structures partenaires
- Nombre d'actions menées avec l'Association
- Bilan de l'animation des producteurs

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Ref animation productions	Chap. 11: 6156 (10 000€) Animation Soirées gourmandes: 10 000€ Agendas de l'été semaine du Roussillon: 1060€ HT Mag des fêtes de fin d'année : 530€ HT semaine du Roussillon Chap 12: coût agent
PARTENAIRES	producteurs,

Soutenir l'oenotourisme

Action
2,4

ACTIONS A REALISER :

1. Suivi du projet du parcours oenotouristique du Mas Reig porté par la CC ACVI
2. Poursuivre l'organisation des apéritifs vigneron dans les Albères et l'Illelberis
3. Mise en place d'animations en lien avec le Campus de Banyuls sur Mer
4. Organisation du Fascinant Week-end
5. Création de produits oenotourisme
6. Formation des agents sur les techniques de dégustation et sur l'appellation du cru

OBJECTIFS

- Appui de la communication lors du lancement du parcours
- Créer des produits oenotourisme pour donner une image dynamique

INDICATEURS

- Nb d'animations réalisées sur cette filière: apéritifs vigneron, Découverte en kayak, animations au Mas Reig
- Nb de participants (partenaires et visiteurs)
- Nb de labélisés
- Nb de posts sur les réseaux sociaux
- ventes

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Ref animation productions	Chap. 11:6156 (10 000€) Communication/promotion Achat matériel pour animations Accueil de presse Apéritifs vigneron Chap 12: coût agent
PARTENAIRES	ADT66, CRTL (contrat de destination), Stations, vigneron, Campus Banyuls sur Mer, CIVR

Développer les ailes saison en rassemblant tous les acteurs du territoire

Action
3.5

ACTIONS A REALISER :

1. Organiser/ coordonner et faire la promotion du Mois Mar i Munt de printemps et semaine d'automne
2. Réaliser des sets de tables pour les restaurateurs volontaires
3. Participer aux salons et work shop à Barcelone pour faire connaître la destination Communiquer auprès de la presse catalane
4. Mise en place de visites guidées adaptées

OBJECTIFS :

- Faire la promotion de la destination sur le Printemps et l'Automne
- Renforcer les liens avec les acteurs locaux
- Favoriser l'échange entre les habitants et les touristes
- Faire connaître l'Office de tourisme et les services de la CC ACVI aux habitants, résidents secondaires, mairies
- Développer le tourisme de proximité (région Occitanie, Catalogne sud)

INDICATEURS :

- Nombre de prestataires partenaires
- Réalisation du dossier de presse en Espagnol
- Nombre de participants
- Nombre de nouveaux followers sur fb et dans la base prospects
- Nombre de partages
- Médias catalans touchés

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Work shop Barcelone: 1 742€ Plan de communication Mar I Munt: 20 000€
PARTENAIRES	CCACVI, Communes, prestataires du territoire



OBJECTIF 4

Conforter l'office de tourisme dans l'écosystème du tourisme

Afin de faire connaître la destination et faire rayonner l'office de tourisme,
il est important de s'inscrire
dans les différents réseaux institutionnels existants
et participer aux actions collectives mises en place.

ACTIONS A REALISER

1. Suivi du nombre de visiteurs dans nos différents modes d'accueils
2. Suivi du nombre de visiteurs sur les sites Internet, chat, et applications (GEOTREK/Baludik, etc)
3. Suivi du nombre de participants dans les animations mises en place
4. Tableau de bord G2A pour le suivi des nuitées sur le territoire en lien avec le contrat de destination
5. Flux Vision avec l'ADT pour suivre les excursionnistes
6. Réflexion sur un observatoire à l'échelle CC ACVI dans le cadre de la GREEN DESTINATION
7. Mise en place d'un tableau de bord suivi après-séjour dans le cadre de la démarche Qualité et Green Destination

ENJEUX :

- Piloter la destination
- S'adapter à l'évolution des pratiques des visiteurs
- Informer et conseiller les professionnels
- Répondre au critère exigé dans la démarche Qualité Tourisme et 1^{er} catégorie

INDICATEURS :

- Suivi des tableaux

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Chap. 11: 6156 (12 000€) G2A: 8 206€ (voir dans contrat Littoral) + 3492€ (passerelle LAWANGO pour les meublés) Flux vision avec ADT : 5 000€ (?) Chap 12: coût agent
PARTENAIRES	ADT66, CRTL (contrat de destination), Stations

ACTIONS A REALISER :

- 1) Montage du dossier
- 2) Suivre la formation
- 3) Réalisation de l'état des lieux de la destination CC ACVI
- 4) Création d'une stratégie du tourisme durable avec les stations
- 5) Mise en place d'un plan d'actions

ENJEUX :

- Certifier la destination GREEN DESTINATION
- Accompagner les pros dans la certification

INDICATEURS :

- Être retenu dans l'AMI Green Destination
- Suivre les formations
- Présenter un plan d'actions intégrant les acteurs privés, le Parc Marin du Golf du Lion et les services de la CC ACVI
- Mettre en place des actions intégrant la société civile
- Intégrer et mesurer la durabilité du territoire

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Ref DD- Ensemble du personnel -	Chap. 11:6226 (3 450€) Chap 12: coût agent
PARTENAIRES	CCACVI, Communes, Offices de tourisme, CRTL, AFDAS

ÊTRE LABELISES « Tourisme et handicap », « Vignobles et Découvertes », « Accueil vélo »

Action
4.3

ACTIONS A REALISER :

- 1) Suivre les recommandations de l'audit pour le renouvellement du label « Accueil vélo »
- 2) Se conformer aux attentes du rapport du label « Tourisme et Handicap » en lien avec les aménagements nécessaires dans les bureaux
- 3) Reconduire les animations oenotouristiques sur le territoire
- 4) Accompagner les professionnels dans leurs démarches de labellisation

OBJECTIFS :

- Obtenir les labels pour une meilleure promotion auprès des publics cibles
- Avoir un personnel formé aux besoins spécifiques des clientèles
- Créer une destination oenotouristique
- Inciter les communes à prendre en main l'activité cyclo touristique.
- Rendre accessible le territoire pour tous
- Intégrer les attentes des labels dans le projet d'aménagement des BIT

INDICATEURS :

- Nombre de structures labellisées
- Animations départementale et régionale

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Direction –	formation
PARTENAIRES	CCACVI, Communes

Adhésion

Action 4.4

ACTIONS A REALISER :

1. Souscription à ADN TOURISME
2. Adhésion au CRTL et ADT
3. Participation au contrat de Destination « Littoral »
4. Participation à la bourse d'échanges

OBJECTIFS :

- Profiter de l'expertise juridique
- Suivre les commissions prospectives
- Faire partie du réseau national des Offices de Tourisme
- Avoir la marque « Office de tourisme de France »
- Echanger sur les pratiques internes et les relations avec les stations
- S'appuyer sur le contrat de destination Littoral pour la promotion internationale

INDICATEURS :

Adhésions

Suivi des campagnes dans le cadre du contrat Littoral

Représenté le contrat Littoral dans le collège des OT

Obtenir des réduction sur les frais de SACEM

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Direction –	ADN Tourisme : 1 356€ CRTL ADT : 20€ Contrat de destination : 3000€ Bourse d'échanges départementale
PARTENAIRES	CCACVI, Communes

CONTRAT DE DESTINATION

Marché 1 : Allemagne sur les DINKS (40/55 ans) et Familles pour remplir les ailes de saison grâce à des campagnes digitales en notoriété.

Marché 2 : Grande Bretagne sur les Empty Nesters et les DINKS (40/55 ans) pour remplir l'arrière-saison grâce à des campagnes digitales en notoriété.

Marché 3 : Belgique sur les DINKS (40/55 ans) pour remplir l'avant-saison grâce à des campagnes digitales en notoriété.

Marché 4 : Suisse sur les DINKS (40/55 ans) pour remplir l'avant-saison grâce à des campagnes digitales en notoriété.

Marché 5 : Espagne sur les Empty Nesters et les DINKS (40/55 ans) pour remplir l'arrière-saison grâce à des campagnes digitales en notoriété.

Marché proximité : France sur les jeunes « mer active » et les DINKS (40/55 ans) pour remplir l'avant et l'arrière-saison grâce à des campagnes digitales en notoriété.

Budget mutualisé 2024 : 420 000€

Budget Observatoire : 40 000€

Actions d'opportunité (Création de contenu, accueils presse ou influence...): **30 000€**

Budget promo/comm 2024 : 350 000€

France : 60 000€ / Espagne : 40 000€

Suisse : 40 000€

Allemagne : 90 000€

UK : 60 000€

Belgique : 60 000€

Objectif 5

Tendre l'office de tourisme vers une autonomie financière

La loi de finances 2024 impose aux collectivités de contenir les dépenses de fonctionnement et diminue les aides fiscales pour les locations saisonnières.

Le tourisme, 1^{ère} économie sur le territoire, est souvent perçu par les habitants comme une activité nuisible pour leur cadre de vie. Les réglementations en faveur des locations à l'année que peuvent mettre en place les maires risquent de faire diminuer les recettes de collecte de la taxe de séjour

La sécheresse peut également faire diminuer le nombre de nuitées marchandes et donc la recette de la taxe de séjour

Face à ces constats, cet objectif vise d'une part, à travailler au plus juste et d'autre part, à une meilleure acceptation en faisant supporter aux touristes les coûts de fonctionnement de l'EPIC

Développer l'action commerciale en EPIC

Action
5.1

ACTIONS A REALISER :

- Optimiser le process de commercialisation en EPIC selon les attentes des prestataires et du comptable public grâce à la régisseuse et la personne en charge de la commercialisation
- Conventionner avec les prestataires et Intégrer les produits dans la boutique
- Mise en place du guide partenaires avec des services pour les pros
- Développer l'argumentaire vente aux comptoirs et en ligne
- Développer des partenariats avec d'autres offices de tourisme

OBJECTIFS :

- Développer la vitrine de l'office de tourisme
- Apporter un service auprès des pros
- Commercialiser les prestataires de loisirs
- Faire connaître notre boutique aux locaux par la billetterie spectacle et les médiathèques
- Evaluation de la mission commercialisation au sein de l'équipe pour développer les recettes

INDICATEURS :

- Nombre de prestataires partenaires
- Recettes de la boutique
- Actions mises en place

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI
Direction – CQT –
RAQ – Ensemble
du personnel –

WE LOGIN: 5 807€
SEXTANT: 2000

PARTENAIRES

CCACVI, Communes

Optimiser la taxe de séjour

Action
5.2

ACTIONS A REALISER :

- Accompagnement de la CC AVI : modification régisseuse et sous régisseuse
- Accompagnement des hébergeurs dans la collecte de la taxe de séjour
- Mise à jour de la procédure rédigé par l'OTI pour le compte de la CC ACVI
- Formation pour la mise en place de la Taxation d'Office
- Mise en place de la taxation d'office avec la CC ACVI
- Accompagner les 12 communes dans la mise en place de DECLA LOC, voir du numéro d'enregistrement
- Accompagnement dans le classement des hébergements, conseils grâce à la formation sur la réglementation

OBJECTIFS :

- Accroître le montant collecté
- Faire payer la taxe de séjour de manière équitable
- Assurer la mission confiée à l'OTI
- Optimiser le service de collecte et faciliter le travail en équipe

INDICATEURS :

- Montant de la collecte de la Taxe
- Nb de réclamations
- Nb d'accompagnements

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION

OTI Régisseuse	Nouveaux Territoires: 8 200€ 0,2ETP Laura 0,3ETP Valerie Formation + déplacements Coût cb
PARTENAIRES	CCACVI, Communes

Comptabilité en EPIC

ACTIONS A REALISER

- 1) Paiement des titres et mandats via le logiciel mis à disposition par la CC ACVI NEMAUSIC
- 2) Suivi des dépenses, recettes sur Helios en relation avec la trésorerie publique
- 3) Réalisation de la procédure pour le suivi des factures/ commercialisation avec le logiciel WE LOGIN
- 4) Réalisation du budget, compte administratif et délibérations afférentes
- 5) Mise à plat et optimisation de la régie OTI
- 6) Recherche et montage de dossiers de subvention pour l'accompagnement et la modernisation des BIT
- 7) Suivi du projet du phare Cap Bear

OBJECTIFS :

- Optimiser le service par la dématérialisation et la formation
- Répondre aux attentes de la Trésorerie publique
- Recherche et montage de dossiers de subvention pour l'accompagnement et la modernisation des BIT

INDICATEURS :

- Validation de la Procédure sur la commercialisation
- Nb de titres et mandats rejetés

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Poste comptable (0,5) + assistante comptable Actif conseils
PARTENAIRES	CCACVI, Communes

Ressources humaines

ACTIONS A REALISER :

1. Asseoir une organisation efficiente sur la commercialisation
2. Mettre en œuvre les fiches de postes validés par les agents
3. Définir les remplacements à venir: commercialisation / catalan
4. Mise en place des CET pour le personnel privé et suivi avec le personnel privé
5. Harmonisation de l'organisation des congés entre les privés et le public en année civile
6. Formation continue des agents
7. Réaliser les entretiens individuels d'évaluation et les entretiens professionnels
8. Faire évoluer le règlement intérieur en inscrivant les conditions, règles du télétravail
9. Suivi stagiaires
10. Embauches / recrutement
11. Mise en place des congés annuels et organisation sur les congés
12. Mise en place de la RSE

OBJECTIFS :

- Optimiser le service par la dématérialisation et la formation
- Répondre aux attentes de la Trésorerie publique

INDICATEURS :

- Satisfaction et réussite des stagiaires dans leurs examens
- Réalisation des actions définies

BUDGET / CONDUITE DE L'ACTION	
OTI Direction – CQT – RAQ – Ensemble du personnel –	Saisonnier 6 mois remplacements Saisonnier 2 mois RAF Formation RSE
PARTENAIRES	CCACVI, Communes

Administration

ACTIONS A REALISER

- 1) Mettre à jour les membres du CODIR
- 2) Rédiger avec la CC ACVI la convention d'objectifs et de moyens
- 3) Réaliser le rapport d'activités
- 4) Réaliser les rapports pour les services de la CC ACVI
- 5) Mise à jour des statuts, règlement intérieur
- 6) Organisation du réseau sous COMBOX avec arborescence
- 7) Suivi du RGPD
- 8) Règlement des jeux concours

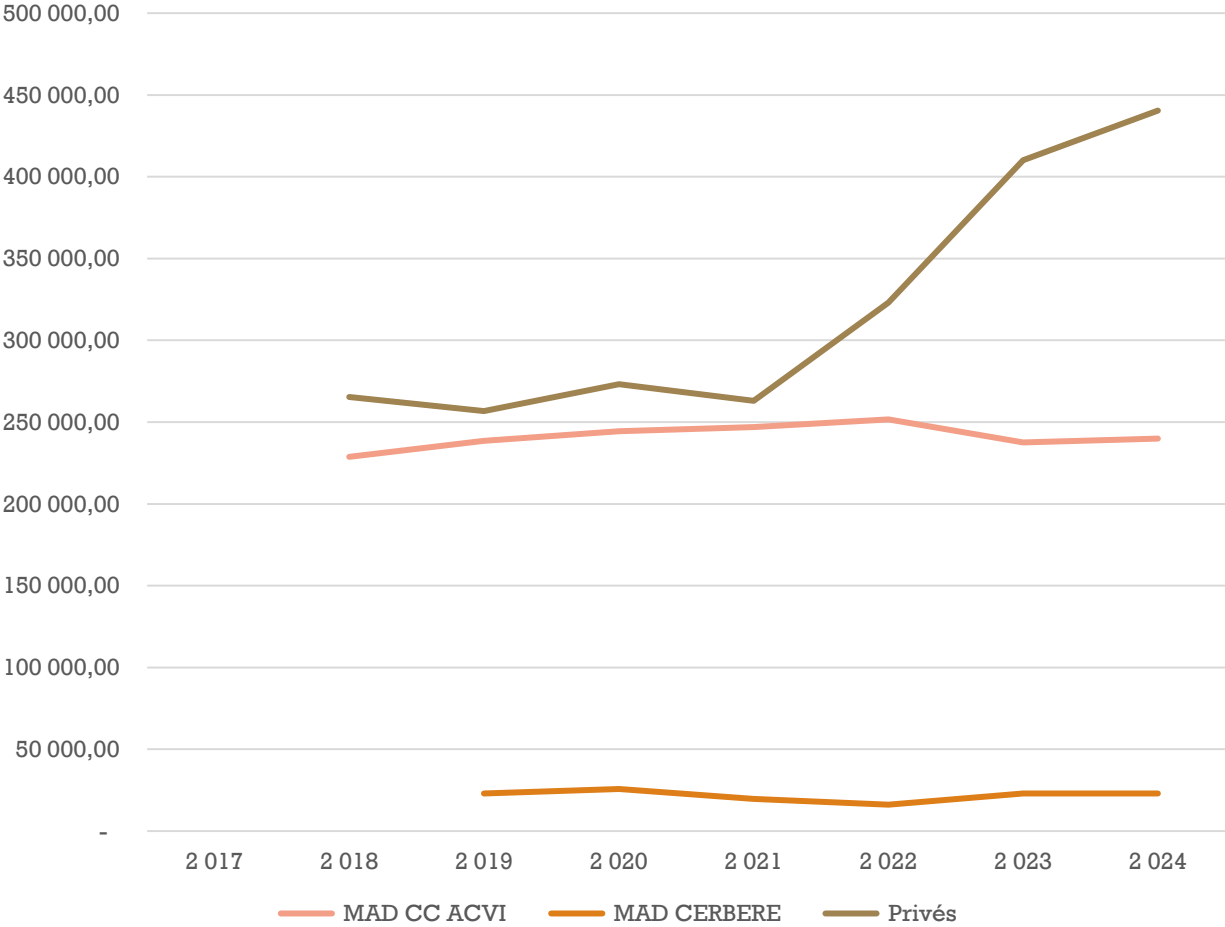
OBJECTIFS :

- Répondre aux attentes administratives d'un EPIC
- Répondre aux attentes de la Trésorerie publique
- Statuts conformes aux attentes du CODIR

INDICATEURS :

- Réalisation des documents administratifs et juridiques
- Création du RSE
- Dématérialisation de l'administration
- Arborescence fonctionnelle

Evolution dépenses personnel



	2023	2024
Responsable Editions (digital/papier) et manifestations	2.1	2,3
Standard Conseillère en séjour	1.2	2,1
Assistante taxe de séjour	1.2	1,2
Guide conférencier	1.2	1,3
Directrice	3,3	3,3
Assistante administrative	2.1	2,1
Conseillère en séjour hors des murs	1.2	1.3
Commercialisation	2.1	2,1
Responsable hébergement	2.2	2,2
Chargé du patrimoine	1.1	2.1
Responsable administratif et financier	3,1	3,1

BUDGET OTI PYMED

TABLEAU D'EXECUTION DU BUDGET (CA)

ANNEE 2023

RESULTAT DE L'EXERCICE 2023				
		Investissement	Fonctionnement	Total cumulé
RECETTES	Prévision budgétaire totale..... A	174 370,87 €	1 177 623,83 €	1 351 994,70 €
				- €
	Recettes nettes*..... B	68 370,87 €	1 086 169,82 €	1 154 540,69 €
	Restes à réaliser..... C	- €	- €	- €
DEPENSES	Autorisations budg. totales..... D			- €
				- €
	Dépenses nettes E	19 899,32 €	965 604,86 €	985 504,18 €
	(Restes à réaliser)..... F	- €		- €
RESULTAT DE L'EXERCICE	Résultat de l'exercice (+/-) hors résultat reporté G=B-E	48 471,55 €	120 564,96 €	169 036,51 €
RESTES A REALISER	Restes à réaliser 2023 (+/-)..... H=C-F	- €		- €
RESULTAT REPORTE	Résultat reporté 2022 (-+/-) 001: I	- 44 084,50 € 001 N-1	193 122,83 € 002 N-1	149 038,33 €
RESULTAT DE CLOTURE	Excédent/Déficit..... J=G+I	001 N 4 387,05 €	313 687,79 €	318 074,84 €
RESULTAT NET	Excédent/Déficit..... K=J-H	1068 4 387,05 €	313 687,79 €	002 N 318 074,84 €

