

**Maître**  
Christian Gosseaume



**AMO – Réalisation d'un Schéma de Développement  
Touristique à l'échelle du périmètre communautaire  
Calvi-Balagne complété par des orientations et  
programmations d'actions, étendues au territoire de la  
Balagne (dans le cadre du Pays Touristique Balagne).**

**Etude stratégique, touristique-économique, organisationnelle, juridique et  
environnementale**

DiAThemis  
Bureau d'études : 33 Avenue Pierre Charles Lespinasse, 11000 CARCASSONNE  
Administration : Inovallée, 161 chemin de Malacher, 38240 MEYLAN  
Tel : +33 (0)4 76 18 98 02 - Fax : +33 (0)4 76 18 04 09 - diathemis@dianeige.fr

**RAPPORT PHASE III :  
AUDIT DE L'OTI**

Christian GOSSEAUME - Avocat  
4, quai de Richemont  
35000 RENNES  
Tel. : 02 99 85 10 45 ou 09 72 41 23 35 - Fax : 09 72 41 24 26

>>Version du 17/12/2018

## SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2019 – 2024 EPCI CALVI BALAGNE



## METHODOLOGIE

L'ENJEU MAJEUR DE LA MISSION EST DE DOTER **L'EPCI ILE ROUSSE BALAGNE D'UNE POLITIQUE TOURISTIQUE AMBITIEUSE, INNOVANTE, PARTAGEE CAR CO-CONSTRUITE**, POUR FAVORISER LE DEVELOPPEMENT ET LA PROMOTION DU TOURISME SUR SON TERRITOIRE.

### 3 PHASES D'ETUDE :

PHASE 1 – DIAGNOSTIC ET POTENTIALITES DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE LOCALE.

PHASE 2 - ORIENTATIONS STRATEGIQUES - ENJEUX ET STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT ET D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

### PHASE 3 - AUDIT DE L'OTI<sup>1</sup>

UN **PERIMETRE D'ACTION PRIORITAIRE AU NIVEAU DE L'EPCI ILE ROUSSE BALAGNE** MAIS AUSSI **UN PERIMETRE DE TRAVAIL ELARGI A LA BALAGNE**, POUR LEQUEL CERTAINES ACTIONS SERONT MISES EN ŒUVRE EN COMMUN, A L'ECHELLE DES DEUX TERRITOIRES, AVEC LES DEUX COMMUNAUTES DE COMMUNES EN SUPPORT DES DEUX OFFICES DE TOURISME INTERCOMMUNAUX.

---

<sup>1</sup> OTI = Office de Tourisme Intercommunal, dans le reste du document.

**AMO – Réalisation d'un Schéma de Développement Touristique à l'échelle du périmètre communautaire Calvi-Balagne complété par des orientations et programmations d'actions, étendues au territoire de la Balagne (dans le cadre du Pays Touristique Balagne).**

## **Phase III – AUDIT DE L'OTI**

<b>1</b>	<b>ANALYSE JURIDIQUE</b>	<b>7</b>
1.1	Adaptation des statuts liés au SDT du micro territoire Calvi Balagne	7
1.2	Adaptation de la convention d'objectifs EPCI - OTI Calvi Balagne	8
1.3	Mission de commercialisation de l'OTI	9
1.3.1	Formulaires d'information	9
1.3.2	Les CPV	11
1.3.3	Les contrats avec les clients	12
1.3.4	Les mentions obligatoires factures et devis	13
1.3.5	Voucher ou bon d'échange	19
1.3.6	CGV Produits « boutique »	19
<b>2</b>	<b>RESSOURCES HUMAINES</b>	<b>20</b>
2.1	Analyse générale	21
2.2	Gestion des RH	22
2.2.1	Suivre analytiquement le temps de travail des équipes	22
2.2.2	Apaiser les tensions au sein des RH	22
2.2.3	Structurer l'équipe	23
2.2.4	Tableau des embauches 2019	26
2.2.5	Appréhender les RH au regard du plan convergent des 2 OTs de Balagne	28
2.3	Scenarii d'organigrammes RH	29
2.3.1	Organigramme 1a - Effectif 2019	30
2.3.2	Organigramme 1b - Effectif 2019	31
2.3.3	Organigramme 2 - Effectif 2020	32
2.3.4	Organigramme 3 - Effectif 2021	33

<b>3</b>	<b>MISE A DISPOSITION DES LOCAUX</b>	<b>35</b>
<b>4</b>	<b>RGPD</b>	<b>36</b>
<b>5</b>	<b>SADI / SCHEMA D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION</b>	<b>38</b>
5.1	Définition / méthode	38
5.2	Organisation du SADI 2018 de l'OTI Calvi Balagne	39
5.2.1	Accueil physique dans les BIT	39
5.2.2	Accueil numérique	42
5.2.3	Accueil hors les murs	42
5.2.4	Accueil mobile	42
5.2.5	Accueil conventionné	43
5.3	Evolutions possibles du SADI	44
<b>6</b>	<b>BUDGET DE L'OTI</b>	<b>45</b>
6.1	Situation passée	45
6.1.1	Section dépenses de fonctionnement	45
6.1.2	Section recettes de fonctionnement	49
6.2	Conséquences des plans d'actions et du schéma de développement	50
6.3	Maquettage budgétaire 2019	51
6.3.1	Structure du budget de fonctionnement 2018	51
6.3.2	Prospective budgétaire	52
6.3.3	Financement des plans d'actions	56
<b>7</b>	<b>LIEUX /ESPACES PROPICES A LA FORMULATION DE PARTENARIATS</b>	<b>58</b>
7.1	Au niveau des deux OTI de Balagne	58
7.1.1	Plan convergent OTIs de Balagne	58
7.1.2	Convention de partenariat et charte d'organisation mutualisée inter OTI	60
<b>8</b>	<b>ANNEXES</b>	<b>61</b>
8.1	Arrêté du 1er mars 2018 fixant le modèle de formulaire d'information pour la vente de voyages et de séjours	61
8.2	Classement d'un Office de Tourisme / définitions	62

## Glossaire / sigles

AGV : Agence de Voyages  
 AO : Appel d'Offres  
 ATC : Agence Touristique de la Corse  
 BBC : Bâtiment Basse Consommation  
 BIT : Bureau d'Information Touristique  
 CB : Calvi Balagne  
 CC : Communauté de Communes  
 CGV : Conditions générales de ventes  
 CODIR : Comité de Direction de l'OTI  
 CPV : Conditions particulières de ventes  
 CDC : Collectivité Territoriale de Corse  
 CS : Charges sociales  
 DAF : Directeur Administratif et Financier  
 DM : Décision Modificative  
 EPCI : Etablissement Public de Coopération Intercommunale  
 ETP : Equivalent Temps Plein  
 HQE : Haute Qualité Environnementale  
 IRB : Ile Rousse Balagne  
 MOA : Maître d'Ouvrage  
 OTI : Office de Tourisme Intercommunal  
 PAH : Pays d'Art et d'Histoire  
 PPP : Partenariat Public / Privé  
 RH : Ressources humaines  
 RGPD : Règlement général sur la protection des données  
 SADI : Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information  
 SADTD : Schéma d'Aménagement Touristique et de Développement Durable  
 SAV : Service Après-Vente  
 SDT : Schéma de Développement Touristique  
 TC : Transports en Commun ou Tribunal de Commerce (si juridique)  
 TO : Tour operator  
 TS : Taxe de Séjour  
 ZGI : Zone Géographique d'Intervention.

## 1 ANALYSE JURIDIQUE

### 1.1 Adaptation des statuts liés au SDT du micro territoire Calvi Balagne

Sous réserve de validation du SDT il sera nécessaire de modifier les statuts afin d'intégrer les missions qu'exercera l'OTI en raison d'une part de son classement en cat. I et d'autre part afférent à la nouvelle mission d'observation mutualisée avec l'OT IRB.

La modification statutaire nécessitera toutefois une délibération de la CC Calvi Balagne et d'une délibération du CoDir avec l'enregistrement auprès du Greffe du TC de Bastia avec le dépôt d'un formulaire M2, des statuts modifiés et du formulaire DES-S-1 relatif au bénéficiaire effectif selon la réglementation européenne.

Il sera ajouté au 1°) de l'article 2 des statuts :

- **Mettre en œuvre d'actions de sensibilisation des touristes et des acteurs du tourisme en matière de protection de l'environnement** en cohérence avec les actions réalisées par la Communauté de Communes,
- **Créer et mettre en œuvre un observatoire** permettant la réalisation d'études, d'analyses et de visions prospectives du secteur touristique.

## 1.2 Adaptation de la convention d'objectifs EPCI - OTI Calvi Balagne

Rappel de l'analyse de Phase I : Au-delà, d'un avenant en adéquation avec le SDT et plan d'actions précités de l'OTI, les **précisions suivantes devront être apportées** et les fiches actions qui y seront annexées permettront d'y répondre, notamment pour les indicateurs de performance qui doivent disposer d'un aspect financier cohérent avec l'objectif à atteindre (nonobstant le produit de la taxe de séjour), **les coûts à prendre en considération** doivent comprendre tous les coûts occasionnés par la mise en œuvre du projet/missions et notamment tous les coûts qui :

- Sont nécessaires à la réalisation du projet,
- Sont raisonnables selon le principe de bonne gestion,
- Sont engendrés pendant le temps de la réalisation du projet,
- Sont dépensés par l'office de tourisme,
- Sont identifiables et contrôlables.

Il restera donc à prévoir les **justificatifs à fournir** par l'OTI et les conditions de contrôle par la CC CB :

- Les conditions de communication des justificatifs portant sur l'utilisation des fonds publics par l'OTI et de contrôle par l'EPCI (pièces, périodicité...), ainsi que les sanctions éventuelles en cas d'inexécution partielle ou totale des missions, de refus de transmission des pièces, etc...,
- Les conditions d'information de l'EPCI des déclarations enregistrées au Greffe du TC,
- Les sanctions en cas de manquement de l'OT,
- Et dans certains cas les conditions de règlement des litiges éventuels.

### 1.3 Mission de commercialisation de l'OTI

Conséquence de la réforme applicable au 1<sup>er</sup> juillet 2018 selon les termes [du décret 29 décembre 2017](#) pris en application [de l'ordonnance du 20 décembre 2017](#), **l'office de tourisme doit se mettre en conformité avec les nouvelles exigences législatives et réglementaires** dans les plus brefs délais : les premiers contrôles de la DGCCRF ayant déjà été effectués (à distance).

Les principales adaptations portent sur :

#### 1.3.1 Formulaires d'information

Depuis le 1<sup>er</sup> juillet les offices de tourisme immatriculés ont l'obligation, en lieu et place des CGV (abrogés) de communiquer un des 9 formulaires d'information parus par arrêté du 1<sup>er</sup> mars 2018 (joint en PJ).

Ces formulaires ne peuvent être modifiés sauf à y ajouter obligatoirement les coordonnées du vendeur professionnel et de son garant financier.

Selon la prestation il s'agira de communiquer l'un des formulaires suivants :

- Formulaire d'information pour les contrats de voyage à forfait vendus via internet,
- Formulaire d'information pour tous les autres contrats de voyage à forfait vendus sur site, par téléphone...,
- Formulaire d'information pour aux moins 2 contrats vendus par 2 professionnels distincts et qui se sont transmis par internet les coordonnées du client (nom, adresse mail, paiement...),
- Formulaire d'information pour les contrats de prestations de voyage non incluses dans un forfait (prestations sèches sauf transports),

Avec un professionnel, en une visite ou en une seule prise de contact :

- Formulaire d'information pour les prestations de voyage liées sur internet entre un professionnel et un transporteur vendant un billet aller-retour,
- Formulaire d'information pour les prestations de voyage liées sur internet entre deux professionnels non transporteurs,
- Formulaire d'information pour les prestations de voyage liées achetées sur site chez le professionnel présent (autre que transporteur).

Avec deux professionnels avec un second achat dans les 24 heures suivant le 1er achat :

- Formulaire d'information pour les prestations de voyage liées sur internet entre un professionnel et un transporteur vendant un billet aller-retour,
- Formulaire d'information pour les prestations de voyage liées sur internet entre deux professionnels non transporteurs.

### 1.3.2 Les CPV

Comme auparavant les clients doivent être informés des **conditions particulières de ventes** et elles comportent, le cas échéant, dorénavant **huit points** qui précisent :

- 1) Les caractéristiques principales des services de voyage,
- 2) La dénomination sociale et l'adresse géographique de l'organisateur et du détaillant, ainsi que leurs coordonnées téléphoniques et, s'il y a lieu, électroniques,
- 3) Le prix total incluant les taxes et, s'il y a lieu, tous les frais, redevances ou autres coûts supplémentaires, ou, quand ceux-ci ne peuvent être raisonnablement calculés avant la conclusion du contrat, une indication du type de coûts additionnels que le voyageur peut encore avoir à supporter,
- 4) Les modalités de paiement, y compris le montant ou le pourcentage du prix à verser à titre d'acompte et le calendrier pour le paiement du solde, ou les garanties financières à verser ou à fournir par le voyageur,
- 5) Le nombre minimal de personnes requis pour la réalisation du voyage ou du séjour et la date limite mentionnée au III de l'article L. 211-14 précédant le début du voyage ou du séjour pour une éventuelle résolution du contrat au cas où ce nombre ne serait pas atteint,
- 6) Des informations d'ordre général concernant les conditions applicables en matière de passeports et de visas, y compris la durée approximative d'obtention des visas, ainsi que des renseignements sur les formalités sanitaires, du pays de destination,
- 7) Une mention indiquant que le voyageur peut résoudre le contrat à tout moment avant le début du voyage ou du séjour, moyennant le paiement de frais de résolution appropriés ou, le cas échéant, de frais de résolution standard réclamés par l'organisateur ou le détaillant, conformément au I de l'article L. 211-14,
- 8) Des informations sur les assurances obligatoires ou facultatives couvrant les frais de résolution du contrat par le voyageur ou sur le coût d'une assistance, couvrant le rapatriement, en cas d'accident, de maladie ou de décès.

### 1.3.3 Les contrats avec les clients

Ils reprennent les **informations contenues dans les CPV et huit éléments** le cas échéant, qui sont :

- 1 Les exigences particulières du voyageur que l'organisateur ou le détaillant a acceptées ;
- 2 Une mention indiquant que l'organisateur ainsi que le détaillant sont responsables de la bonne exécution de tous les services de voyage compris dans le contrat conformément à l'article L. 211-16 et qu'ils sont tenus d'apporter une aide au voyageur s'il est en difficulté, conformément à l'article L. 211-17-1 ;
- 3 Le nom de l'entité chargée de la protection contre l'insolvabilité et ses coordonnées, dont son adresse géographique ;
- 4 Le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, l'adresse électronique et, le cas échéant, le numéro de télécopieur du représentant local de l'organisateur ou du détaillant, d'un point de contact ou d'un autre service par l'intermédiaire duquel le voyageur peut contacter rapidement l'organisateur ou le détaillant et communiquer avec lui de manière efficace, demander une aide si le voyageur est en difficulté ou se plaindre de toute non-conformité constatée lors de l'exécution du voyage ou du séjour ;
- 5 Une mention indiquant que le voyageur est tenu de communiquer toute non-conformité qu'il constate lors de l'exécution du voyage ou du séjour conformément au II de l'article L. 211-16 ;
- 6 Lorsque des mineurs, non accompagnés par un parent ou une autre personne autorisée, voyagent sur la base d'un contrat comprenant un hébergement, des informations permettant d'établir un contact direct avec le mineur ou la personne responsable du mineur sur le lieu de séjour du mineur ;
- 7 Des informations sur les procédures internes de traitement des plaintes disponibles et sur les mécanismes de règlement extrajudiciaire des litiges et, s'il y a lieu, sur l'entité dont relève le professionnel et sur la plateforme de règlement en ligne des litiges prévue par le règlement (UE) n° 524/2013 du Parlement européen et du Conseil ;
- 8 Des informations sur le droit du voyageur de céder le contrat à un autre voyageur conformément à l'article L. 211-11.

### 1.3.4 Les mentions obligatoires factures et devis

#### Sur les FACTURES

##### 1) Pour les particuliers

- Vos coordonnées : Dénomination sociale, n° SIRET, adresse du siège social, nature de la société,
- N° TVA Intracommunautaire (sauf pour les factures d'un montant total HT inférieur ou égal à 150 €), N° IM ET nom et adresse du garant,
- Identité de l'acheteur : nom, adresse – siège social/entreprise, domicile/particulier sauf opposition de sa part,
- Date d'émission,
- Numérotation : numéro unique basé sur une séquence chronologique continue, sans rupture, mais pouvant disposer de séries. À faire figurer sur toutes les pages de la facture,  
Exemple : 2018-09-00045 pour septembre et en octobre 2018-10-00046 (2018 pour l'année pouvant changer chaque année, 09 et 10 pour le mois d'émission ET la séquence continue représentée sans rupture représentée par 00045 et 00046),
- Désignation de la prestation et date de début et de fin de prestation,
- Prix HT de chaque prestation, Total HT, TVA et son (ses) taux, prix total TTC,  
OU prix net de TVA au titre du régime de la marge avec la mention « Régime particulier - Agences de voyages »,

## 2) Pour les professionnels

Les mêmes éléments pour les particuliers PLUS ...

- Date (ou délai) de paiement,
- Taux de pénalités de retard (le taux légal change tous les ans) et mention de l'indemnité forfaitaire de 40 €,
- Exemple : Taux des pénalités exigibles à compter de la réception de la facture, en l'absence de paiement : 10,89 % (taux légal 2018 majoré de 10 points),
- Indemnité forfaitaire pour frais de recouvrement en cas de retard de paiement : 40 €.

## Sur les DEVIS

### Obligatoire pour toutes prestations dépassant 150 € TTC

- Le devis doit être daté, signé par l'OT et édité en double exemplaire,
- Vos coordonnées : Dénomination sociale, n° SIRET, adresse du siège social, nature de la société, N° TVA Intracommunautaire, N° IM ET nom et adresse du garant,
- Le nom du client ou la raison sociale du client,
- Le descriptif de la prestation ou des prestations (lieu, adresse, dates de début et de fin, horaire, hébergement, restauration, billetterie, pass...),
- La somme globale HT et TTC. Il faut également indiquer les différents taux de TVA qui s'appliquent, voire celui du régime de la marge,
- Le cas échéant : coût du devis lui-même, s'il est payant et les éventuels frais de déplacements. En effet, un devis pourrait être payant si l'OT prestataire est obligé de se déplacer ou de faire une étude approfondie en rapport avec la (les) prestation(s),
- Les modalités de paiement et d'exécution du contrat,
- Les modalités des réclamations, conditions d'information et d'assistance au client et la garantie (APST),
- D'autres informations peuvent également apparaître sur le devis :
  - La durée de validité de l'offre,
  - La mention "lu et accepté", datée et signée par le client,
  - Les coordonnées bancaires,
  - Eventuellement le montant de l'acompte à payer lors de l'acceptation du devis et le montant du solde et son échéance,
  - Les pénalités en cas de retard de paiement (idem à ceux de la facture).

Il peut avoir valeur de contrat s'il est signé par les 2 parties ... sous réserve d'ajouter des clauses portant sur les responsabilités de l'OTI, la révision des prix, les conditions de modification ou d'annulation du contrat, la cession du contrat et les réclamations et litiges.

## Sur la BILLETTERIE

### Billetterie manuelle

Le billet est composé d'une souche conservée par l'OT (qui demeure attachée au carnet à souches), de la partie qui reste entre les mains du client et, éventuellement, d'un coupon de contrôle qui peut être retenu lors du contrôle effectué avant l'accès au site ou spectacle.

Le billet doit comporter les mentions suivantes :

- le nom de l'office de tourisme,
- le numéro d'ordre du billet, tiré d'une série ininterrompue,
- le type de prestation : droit d'entrée, catégorie de la place, etc.....,
- le prix global payé par le client ou, s'il y a lieu, la mention de la gratuité,
- le nom du fabricant ou de l'importateur si l'exploitant a eu recours à des carnets ou à des fonds de billets pré-imprimés.

Les coupons de contrôle et les souches des billets issus d'une billetterie manuelle ou de caisses ou systèmes de billetterie automatisés sont conservés jusqu'au 31 décembre de l'année suivant celle de leur utilisation.

## Billetterie informatisée

Le billet est composé de la partie qui reste entre les mains du client et, éventuellement, d'un coupon de contrôle qui peut être retenu lors du contrôle effectué avant l'accès au site ou au spectacle.

La souche est remplacée par l'enregistrement numérique des informations relatives à la prestation (RGPD pour les données personnelles).

Le billet doit comporter les mentions suivantes :

- l'identification de l'exploitant,
- le nom du site ou du spectacle et, le cas échéant, le numéro (ou l'horaire) de la visite ou de la séance à laquelle il donne droit,
- le type de prestation : droit d'entrée, catégorie de la place, etc.,
- le prix global payé par le client ou la mention de gratuité,
- le numéro d'opération attribué par le système de billetterie,
- en cas de pré-vente, l'identification de la visite ou de la séance pour laquelle il est valable ainsi que celle de la date et du lieu de vente (réseau distributeur).

Le système doit enregistrer et conserver pendant 6 ans ces différentes informations en précisant que l'opération a donné lieu à l'impression de billet.

Conformément aux dispositions de l'article 50 sexies I de l'annexe IV au CGI, tout utilisateur d'un système de billetterie informatisé, qu'il imprime ou non des billets, doit déclarer à la direction départementale des finances publiques dont il dépend la mise en service du système au plus tard lors de la première utilisation.

Cette déclaration comporte les mentions suivantes :

- le nom du logiciel, son numéro de version et, le cas échéant, sa date ainsi que l'identité de son concepteur ou le nom du progiciel ;
- la configuration informatique,
- le système d'exploitation,
- le langage de programmation,
- le format du logiciel source ou exécutable fourni par le concepteur,
- la description fonctionnelle du système,
- le fac-similé d'un billet, d'un coupon de gestion et d'un relevé de recettes,
- les sécurités mises en œuvre.

Toute modification du système doit également faire l'objet d'une déclaration dans les conditions précitées.

### 1.3.5 Voucher ou bon d'échange

Pas de formalisation légale ou réglementée afférentes au « voucher », néanmoins, il sera nécessaire d'y faire paraître :

- les coordonnées de l'OTI : nom, adresse, téléphone, site internet,
- n° du bon d'échange,
- coordonnées du client : nom, adresse,
- le détail de la prestation : date, prestations (hôtel, restauration, visite...),
- les différents tarifs : hôtel, taxe de séjour, visite...

### 1.3.6 CGV Produits « boutique »

Conformément au code de la consommation il sera nécessaire de s'attacher à y faire paraître :

- Objet : vente et nature des produits vendus,
- Prix : principe général, euro, TVA,
- Conditions de commande,
- Validation de la commande,
- Paiement,
- Droit et conditions de rétraction (14 jours),
- Disponibilité des produits,
- Conditions de livraison,
- Garantie sur les produits,
- SAV,
- Responsabilité de l'OTI,
- Droit applicable, litiges,
- Propriété intellectuelle,
- RGPD,
- Archivage de la preuve.

## 2 RESSOURCES HUMAINES

SALARIES 2018	POSTES	Date du contrat	ECH.	INDICE	Durée du travail hebdo	ETP convertis annuels
<b>PERMANENTS et NON SAISONNIERS (11)</b>						
PIAZZOLI Anne-Marie	Directrice	01/01/2000	3.3	3888	35	1,00
PLAZA Natacha	Assistante de direction	01/04/2009	3.1	2515	35	1,00
BERVILY ITASSE Marie-Françoise	Chargée gestion comptable	23/06/1993	2.3	1973	29,75	0,85
FOSSATI Marie	Webmestre / Responsable accompagnement numérique	01/01/1995	2.3	1828	35	1,00
LEHEN Monique	Animation partenariats commerciaux / Conseillère en séjour + suppléante du régisseur	01/04/2004	2.2	1716	35	1,00
CASTELLANI Marie-France	Responsable accueil	02/11/1993	2.2	1783	35	1,00
MOTTIN-SIMEONI Isabelle	Responsable d'accueil BIT Galéria / boutique / mandataire	01/04/2016	2.2	1742	35	1,00
SINIBALDI Andrée	Responsable espace ventes Conseillère en séjour / boutique / Régisseur	28/03/1999	2.2	1758	28	0,80
FALCONETTI Audrey	Spécialisée patrimoine et médiation culturelle	22/10/2018	1.1	1319	28	0,20
PRUNETTA Marine	Spécialisée RH qualité	26/11/2018	1.1	1319	28	0,20
BARBOSA-PIRES Maria-Emilie	Agent d'entretien	15/04/2002	1.1	1338,66	11,50	0,33
<b>SAISONNIERS (10)</b>						
MINET Alison	Accueil OTI Calvi Balagne	Stagiaire			35	0,14
MEDERIC Bernard	Conseiller en séjour / BIT Galéria	Saisonnier	1.1	1319	35	0,12
BRANDALONI Brigitte	Conseiller en séjour / BIT Algajola	Saisonnier	1.2	1390	21	0,17
DEVANEY Susane	Conseiller en séjour / Accueil Citadelle	Saisonnier	1.1	1319	35	0,21
LOVERINI Wilma	Conseiller en séjour / Accueil croisière	Saisonnier	1.1	1340	35	0,50
POLI Sacha	Conseiller en séjour / boutique / Régisseur BIT Algajola	Saisonnier	1.2	1390	35	0,29
PRUNETTA Marine	Accueil Citadelle / boutique mandataire	Saisonnier	1.2	1390	35	0,18
GUILLON Jessica	Accueil OTI CB (Boutique, mandataire en septembre)	Saisonnier	1.1	1340	35	0,17
KLINCEWICZ Laura	Accueil OTI CB (Boutique, mandataire)	Saisonnier	1.2	1390	35	0,35
PERETTI Nicolas	Accueil OTI CB (Boutique, mandataire)	Saisonnier	1.2	1390	35	0,38
<b>Masse Salariale annuelle:</b>					<b>580 000K€</b>	<b>10,88</b>

Sources : OTI CB.

## 2.1 Analyse générale

### Les contrats de travail, les avenants et les fiches de poste.

Pour mémoire et conformément à l'article 10 de la CCN n°3175 tous les **contrats de travail initiaux de droit privé** doivent comporter à minima :

- l'intitulé du poste
- la qualification conventionnelle – échelon
- la référence à la convention collective,
- la durée de la période d'essai si elle est effectuée
- le montant et l'indice de la rémunération ainsi que ses différentes composantes, notamment, les primes et accessoires de salaire,
- le nom et l'adresse de la caisse complémentaire de retraite et celles de l'organisme de prévoyance.

Pour la responsable du BIT de Galéria la date d'entrée en service (bulletin de salaire) à prendre en compte est la date d'embauche à Galéria, soit le 01/04/2016.

Pour **l'agent d'entretien** il sera opportun de rétablir ces éléments avec un échelon 1.1, un indice de 1338,66 points pour 11h30 de temps de travail hebdo et ainsi maintenir une base brute mensuelle de 500 €.

En outre, pour tous les **contrats à temps partiel** les contrats de travail doivent comporter à minima, au risque d'une requalification en temps plein :

- la durée de travail hebdomadaire ou mensuelle,
- la répartition de la durée du travail entre les jours de la semaine ou les semaines du mois,
- les limites dans lesquelles peuvent être accomplies des heures complémentaires,
- le mode de communication par écrit au salarié des horaires de travail pour chaque journée travaillée (planning numérique, affiché...),
- les cas (exhaustivité exigée) dans lesquels la répartition de la durée du travail peut être modifiée et nature de cette modification.

L'application de l'indemnité de transport en Corse est conforme.

## 2.2 Gestion des RH

### 2.2.1 Suivre analytiquement le temps de travail des équipes

En priorité, comme il a déjà été rappelé en phase I et au titre du plan d'actions en phase II, l'enjeu sera de disposer d'un **dispositif de la gestion du temps du personnel** selon le temps passé à chacune de leurs tâches ou missions.

### 2.2.2 Apaiser les tensions au sein des RH

Les **conflits** continuent à créer un réel blocage dans la restructuration de l'organigramme et la perspective de faire évoluer certains postes et leurs missions afférentes.

En parallèle, le personnel a émis une **attente**, lors des entretiens, avec des souhaits exprimés sur un **positionnement et/ou une évolution de poste attendue**.

Il est urgent et nécessaire de **poser un organigramme en corrélation avec le plan d'actions de l'OTI intégré au SDT** et la charte d'organisation mutualisée inter offices. Ces souhaits pourraient devenir des exigences pour certains personnels, même si à la base cela ne relève que d'une organisation patronale à assoir.

Il existe un **frein à la dynamique de certains personnels** qui doit compenser les manques et parfois la mauvaise volonté d'une petite partie de l'équipe à l'origine de ces conflits.

Les premières **décisions judiciaires** qui seront connues à court terme, et sous réserve qu'aucun appel ne soit fait, devraient permettre de « poser », **stabiliser la situation indispensable à la réorganisation efficiente des RH**.

### 2.2.3 Structurer l'équipe

En outre, dans le contexte précédemment exposé, on constate également des **dépassements de la durée légale du travail et du contingent d'heures supplémentaires conventionnelles**, il devient donc impératif **d'envisager un renfort et une structuration de l'équipe** par services ou projets en cohérence avec le projet de SDT, sinon :

- Valider et annoncer un SDT pourvu d'actions ambitieuses sans, notamment, investir sur les moyens humains constituerait un risque d'échec important, voire garanti,
- être obligé d'expliquer la non réalisation partielle, voire totale, d'une partie des actions programmées aboutirait assurément à une dévalorisation de l'image de l'office de tourisme, à une stratégie communautaire susceptible d'être fortement critiquée, et au final à un développement économique touristique insuffisant pour les prestataires/partenaires touristiques,
- la continuation des dépassements horaires pourrait constituer un nouveau terreau à des conflits sociaux.

Dans ce contexte, le **groupe qualité local** a pris les « choses en main » en projetant une organisation RH quantitative et qualitative « idéale » pour répondre aux enjeux connus et ambitions affichées.

Dans ce projet, l'aspect coordination des acteurs, intitulé partenaires/prestataires reflète une volonté tournée vers le commercial en occultant la mission de service public imposée par le code du tourisme.

Il est important de pouvoir identifier d'abord le référent coordinateur/partenariats avant de mettre en œuvre la commercialisation et sa promotion/communication.

#### **Le renforcement administratif/financier est primordial**

Un personnel, doit pouvoir **assurer la gestion administrative de l'établissement en garantissant une assise juridique** (droits et marchés publics) et comptable irréprochable. L'équivalent ou un **DAF** (directeur administratif et financier) disposant d'une expérience en gestion des RH et de bases juridiques doit être recruté pour assoir une réorganisation administrative et son évolution adaptée à la montée en compétences pour la réalisation des actions du SDT.

Cette mission de « régularisation » doit rester limitée dans le temps à 1 voire 2 années, le recrutement d'une personne « surdimensionnée » en compétences et/ou expériences n'est pas nécessaire au risque de devoir rémunérer une personne de manière forte à partir de la 3<sup>ème</sup> année et générer une charge fixe disproportionnée.

La personne recrutée devra certes avoir un bon niveau, mais également monter en compétences et suivre l'évolution des besoins de l'OTI et de ses RH.

#### **Autre alternative au renforcement administratif/financier**

Recruter un **comptable de droit public maîtrisant les AO** avec une expérience **et convenir d'une assistance juridique externe ponctuelle**.

Ce personnel doit pouvoir s'appuyer sur un référent qualité, à la fois nécessaire au classement de l'OT à faire perdurer et pour établir une « doctrine » conforme à ladite montée en compétences.

Les **actions de commercialisation**: **l'aboutissement de la coordination, du montage de produit, de la promotion/communication, de la gestion administrative, comptable et juridique** et le tout de qualité (avec des personnels spécifiquement formés), doivent également être encadrées et renforcées en RH pour assurer la montée en puissance de l'activité.

**La dénomination du poste d'assistante de direction ne correspond pas à la fonction**, qui joue un véritable rôle d'adjointe de la directrice.

### **L'organigramme projeté par le groupe de travail qualité local**

L'organigramme projeté par le groupe de travail qualité local pose un « idéal » de l'OTI Calvi Balagne, mais ne prend pas en compte les éléments proposés du SDT, ni n'apporte pas de réponse au partenariat inter office de la Balagne.

**La mise en œuvre du SDT doit être considérée dans le temps** et être adossée, quantitativement et qualitativement à :

- une administration efficiente (comptabilité, gestion, juridique),
- une activité promotionnelle de la commercialisation,
- une coordination du partenariat avec les acteurs du tourisme,
- un SADI pertinent, thématique qui nécessitera des compétences complémentaires,
- une stratégie de communication numérique renforcée.

Les RH doivent impérativement être **structurées, encadrées et gérées en totale cohérence avec le SDT et plan d'actions.**

**La polyvalence doit s'estomper, pour aboutir à une spécialisation des personnels par secteurs au sein de services définis.**

**Le fonctionnement en multitâches/multi-personnels doit non seulement disparaître au fur et à mesure que des recrutements nouveaux répondront à des impératifs de spécialisation mais la gestion des temps de travail doit aussi être le moyen d'identifier et de limiter ces phénomènes de « tuilages » inter-salariés.**

Il faudra aussi envisager de revisiter les **fiches de postes.**

## 2.2.4 Tableau des embauches 2019

Dans ce contexte, **un organigramme évolutif sur 3 ans a été proposé** ainsi qu'un plan de recrutement 2019 – 2020 de 3 postes qui a été validé par groupe de travail qualité local sur le mode suivant, représentant **+/- 607 K€** sur la période du plan d'actions, avec un cumul annuel à 104 829 €.

ETP	Personnels / missions	Base	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL
1,0	Personnel administratif/Juridique/contrôle /RH	43 680,00 €		43 680,00 €	43 680,00 €	43 680,00 €	43 680,00 €	43 680,00 €	43 680,00 €	<b>262 080,00 €</b>
1,0	Personnel commercialisation plateforme produits touristiques vente auprès des AGV et TO	39 312,00 €		39 312,00 €	39 312,00 €	39 312,00 €	39 312,00 €	39 312,00 €	39 312,00 €	<b>235 872,00 €</b>
0,5	Personnel suivi qualité management RH	21 837,00 €			21 837,00 €	21 837,00 €	21 837,00 €	21 837,00 €	21 837,00 €	<b>109 184,99 €</b>
<b>2,5</b>	<b>TOTAUX</b>	-	<b>0,00 €</b>	<b>82 992,00 €</b>	<b>104 829,00 €</b>	<b>607 136,99 €</b>				

Il existe des hypothèses supplémentaires de recrutement concernant 3 autres postes (1 alternant spécialisé « patrimoine et médiation culturelle », 1 alternant spécialisé « RH et qualité » et 1 personnel « commercial »), ces recrutements n'ont pas été validés à ce jour.

Pour les trois postes proposés par le groupe de travail qualité local, Maître Gosseaume propose l'organisation de la masse salariale suivante, représentant également **+/- 607 K€** sur la période du plan d'actions.

Postes	Echelon	Indice	Brut mensuel	Durée travail/heb do	Coût annuel chargé
Responsable administratif	2.4	2166	2454,08 €	35	45 301,00 €
Commercial	2.2	1716	1944,23 €	35	36 124,00 €
Référent Qualité	2.2	1716	1944,23 €	17,5	18 062,00 €

**DiaThemis – Maître Christian Gosseume**

D'autres alternatives restent possibles :

<b>Secrétaire comptable</b>	1.2	1390	1574,87	35	29 475,00 €
<b>Assistance juridique externe</b>	Montant TTC annuel				5 800,00 €

### 2.2.5 Appréhender les RH au regard du plan convergent des 2 OTs de Balagne

L'organisation RH et les missions confiées à chacun des personnels doit également intégrer le plan d'actions convergent entre les 2 OTs de Balagne et permettre de **positionner une Balagne unie comme le territoire touristique majeur de la Corse.**

Rappelons que les **actions communes** portent notamment sur :

- La communication web et print (accueil presse, encart presse, salons, réceptions, bloggeurs, frais afférents promo),
- La vente de prestations touristiques via le maintien et l'évolution de l'outil de commercialisation centrale,
- Schéma directeur de maillage de la signalétique vélo/VTT,
- Schéma directeur de la signalétique d'Information Locale (SIL).

**Le co-pilotage institué à ce jour n'est pas suffisamment efficient.** Force de constater que des « coups isolés » surviennent et ne répondent pas aux conditions établies entre les OTs et leurs équipes. Il est donc impératif demain de communiquer sur les actions et leurs objectifs menés en commun entre les deux OTs et de **fixer un cadre précis** au personnel<sup>2</sup>. Les initiatives opportunes et utiles selon l'évolution des comportements des touristes, et même en situation « d'urgence » doivent être encadrés et donc impérativement soumises à l'accord des 2 directions avant toutes mises en œuvre.

L'harmonisation des méthodes de travail des 2 OTs doit être approfondie et doit aboutir à une organisation claire au travers d'un véritable organigramme sans préjudice de la hiérarchie interne (fiche action 132.00).

Il s'agit de préciser par actions :

- les personnels concernés,
- un référent unique amené à faire systématiquement valider toutes réalisations par les 2 directions avant leur mise en œuvre.

<sup>2</sup> Les questions principales faisant débat restant, à l'échelle des deux OTI de Balagne, les rôles et missions du « pilote » et du « co-pilote » et les conditions de validation des travaux effectués entre le « pilote » et le « co-pilote ».

## 2.3 Scenarii d'organigrammes RH

Nous nous plaçons dans le contexte suivant :

- **Diminution de la polyvalence des personnels** par spécialisation des missions pour les personnels existants ainsi que pour les recrutements futurs,
- Structuration autour de **3 pôles** : Pôle direction, Pôle Accueil et Pôle Promotion / Communication / Marketing,
- Calage des effectifs sur la base de la **situation de référence à 11 postes** (8,38 ETP permanents ou non saisonniers) et 10,88 ETP au total,
- **Développement des effectifs en fonction des besoins sur les pôles et selon le SADI,**
- **Montée en puissance des BIT** au niveau de l'accueil mais aussi des prestations proposées au sein de chacun (personnalisation/thématisation des BIT).

Ces différents points doivent se matérialiser par des orientations fortes :

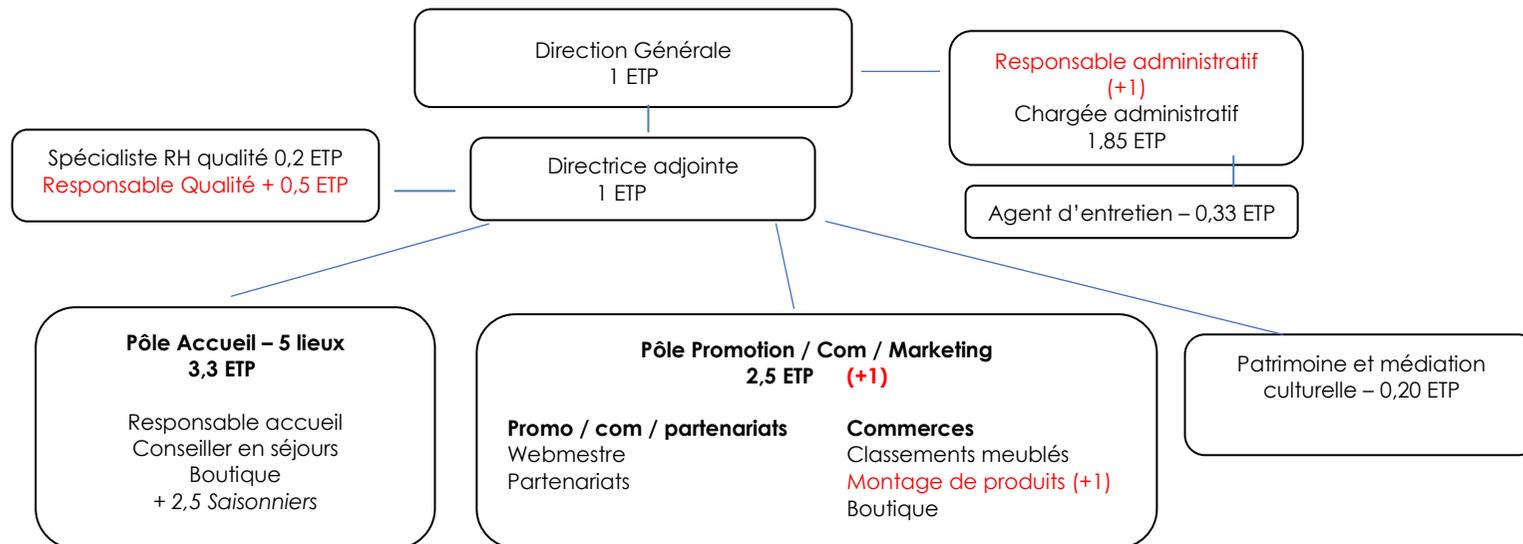
- **Décharger la directrice de tâches administratives**, renforcer son rôle en matière de captation de fonds, d'ingénierie financière et de représentation,
- **Décharger la directrice adjointe de tâches administratives et des marchés publics**, la concentrer davantage sur des missions commerciales qui seront appuyées par un ou des personnels supplémentaires spécifiquement orientés sur cette mission, notamment liens partenariats – actions commerciales et de l'appui stratégique à la direction générale,
- **Recentrer la communication** autour de la directrice (fonction stratégie), la directrice adjointe (fonction mise en œuvre) et la webmaster (fonction applicative), renforcer les moyens web en matière de promotion et de commercialisation,
- **Recruter un responsable administratif et financier** sous l'autorité de la direction générale, qui pilotera l'administratif existant,
- **Renforcer la partie commerciale** en affirmant des liens forts entre promotion / communication / partenariats / marketing / boutique au service du développement de recettes commerciales, de fait un pôle promotion fort intègrera l'ensemble des éléments de la stratégie de promotion communication au service de la commercialisation (produits-prestations/résa/partenariats/services/boutique),
- **Adapter les effectifs RH des BIT** en fonction des missions, de l'accueil et de l'ouvrabilité physique qui sera souhaitée et sous l'autorité d'un responsable accueil,
- Placer la **fonction qualité sous l'autorité de la direction** ou de la direction adjointe.
- Placer la **fonction de médiation culturelle sous l'autorité de la direction** ou de la direction adjointe.

## 2.3.1 Organigramme 1a - Effectif 2019

## Organigramme 1a - Effectif 2019

Proposition à 10,88 ETP

+2,5 Saisonniers



## 2.3.2 Organigramme 1b - Effectif 2019

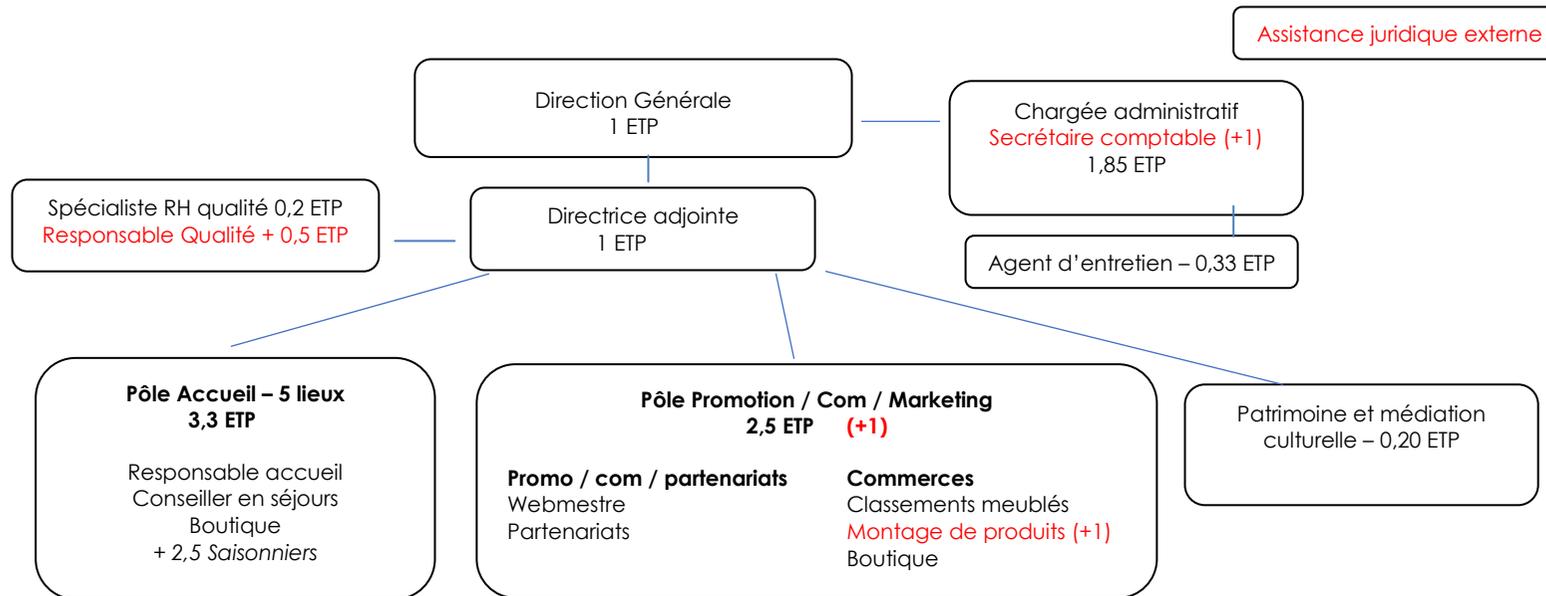
## Organigramme 1b - Effectif 2019

Proposition à 10,88 ETP

+2,5 Saisonniers

NB : Scenario Identique au précédent excepté concernant le responsable administratif qui est muté en secrétaire comptable + appui extérieur

Assistance juridique externe

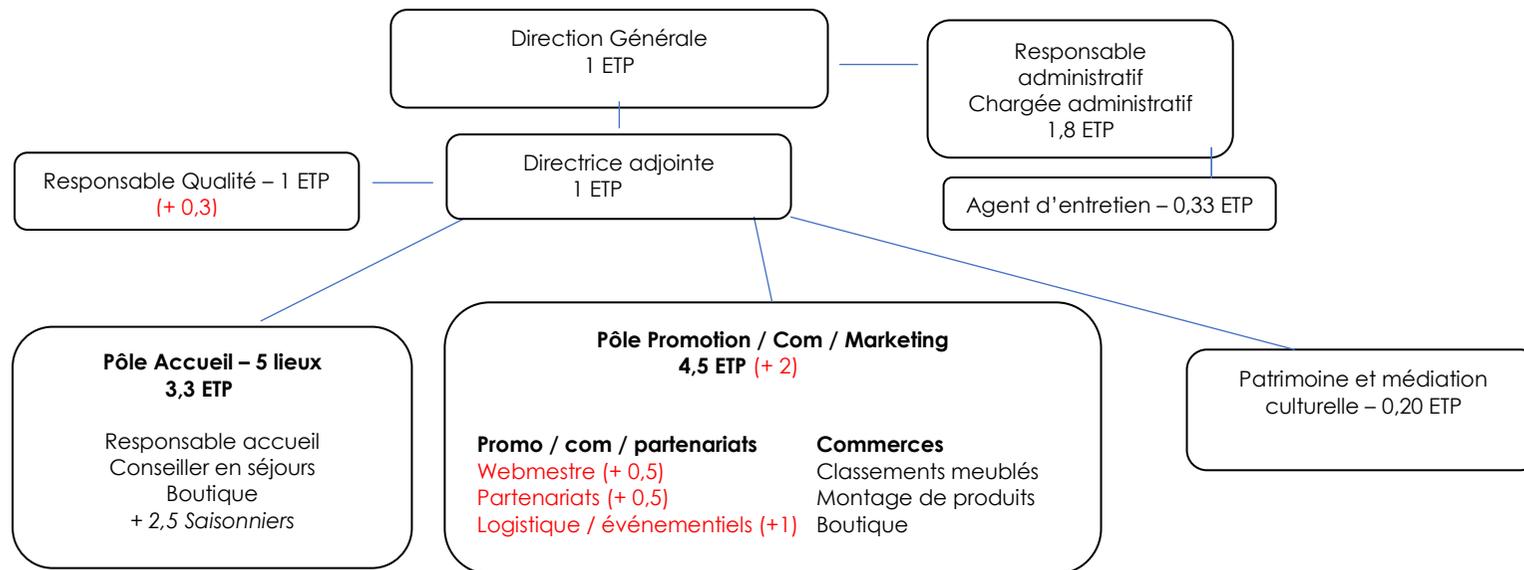


### 2.3.3 Organigramme 2 - Effectif 2020

#### Organigramme 2 - Effectif 2020

Proposition à 13,18 ETP

+2,5 Saisonniers

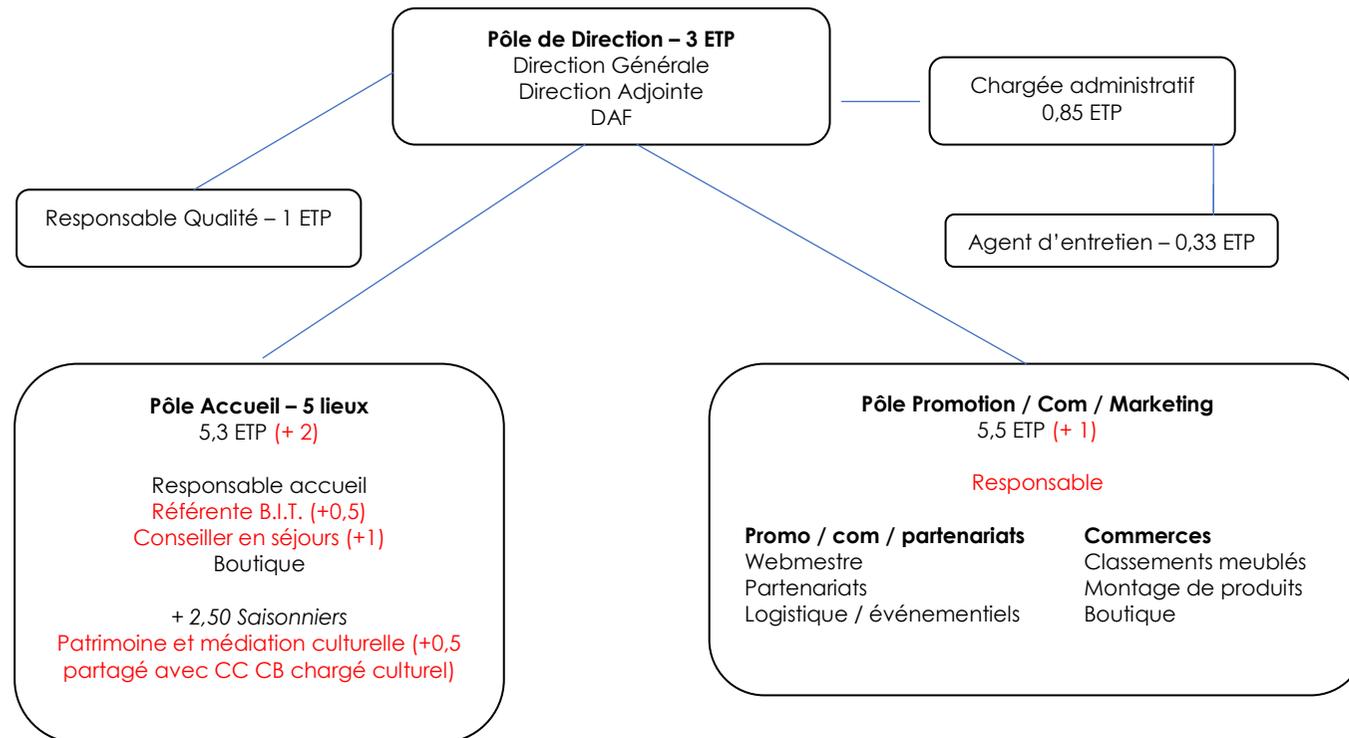


## 2.3.4 Organigramme 3 - Effectif 2021

## Organigramme 3 - Effectif 2021

Proposition à 16,18 ETP

+2,5 Saisonniers



**Synthèse des scénarii**

Organigrammes par scenarii	Situation 2018	2019 - 1a	2019 - 1b	2020 - 1	2021 - 3
DG	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Responsable administratif/financier		1,00		1,00	1,00
Chargée administratif	0,85	0,85	0,85	0,85	0,85
Secrétaire comptable			1,00		
DAdj	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Resp Qualité		0,50	0,50	0,50	1,00
RH Qualité	0,20	0,20	0,20	0,20	
RH Qualité				0,30	
Pole accueil	3,80	3,30	3,30	3,30	3,30
Référent BIT					0,50
Recrutement pôle accueil CES					1,00
Pôle Promotion / Com / Marketing		0,50	0,50	0,50	1,00
Pôle Promotion / Com / Marketing webmestre	1,00	1,00	1,00	1,50	1,50
Pôle Promotion / Com / Marketing recrutement		1,00	1,00	2,50	3,00
Pole médiation culturelle	0,20	0,20	0,20	0,20	0,70
Agent entretien	0,33	0,33	0,33	0,33	0,33
Saisonniers BIT	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
<b>TOTAL</b>	<b>10,88</b>	<b>13,38</b>	<b>13,38</b>	<b>15,68</b>	<b>18,68</b>
Dont permanents	8,38	10,88	10,88	13,18	16,18
Dont saisonnier	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50

<b>Dont recrutements</b>	<b>0,40</b>	<b>2,50</b>	<b>1,50</b>	<b>2,30</b>	<b>3,00</b>
--------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

NB : les chiffres en rouge représentent des recrutements par scenarii en tout ou partie, ce sont les écarts entre scenarii qui justifient du nombre de recrutements).

### 3 MISE A DISPOSITION DES LOCAUX

Pour mémoire (Phase I), l'article L. 5211-17 du CGCT prévoit que **le transfert des biens « entraîne de plein droit l'application à l'ensemble des biens, équipements et services publics nécessaires à leur exercice, ainsi qu'à l'ensemble des droits et obligations qui leur sont attachés à la date du transfert**, des dispositions des trois premiers alinéas de l'article L. 1321-1, des deux premiers alinéas de l'article L. 1321-2 et des articles L. 1321-3, L. 1321-4 et L. 1321-5.

Cette mise à disposition concerne **les biens meubles et immeubles utilisés**, à la date du transfert, pour l'exercice de ladite compétence.

**Le transfert de compétence n'entraîne pas de transfert de propriété.** Cette mise à disposition doit être constatée par un **procès-verbal** établi contradictoirement entre les représentants de la commune propriétaire et l'EPCI. Ce procès-verbal sera annexé aux délibérations concordantes de la commune propriétaire et de l'EPCI.

Ensuite, **l'EPCI peut louer ou mettre à disposition de l'OTI l'ensemble des biens transférés** dans le cadre de la compétence promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme.

En l'état, l'OTI CB est utilisateur de 5 locaux et un espace extérieur (port) :

Siège à Calvi



BIT Calvi Croisière



BIT Galéria



BIT Algajola



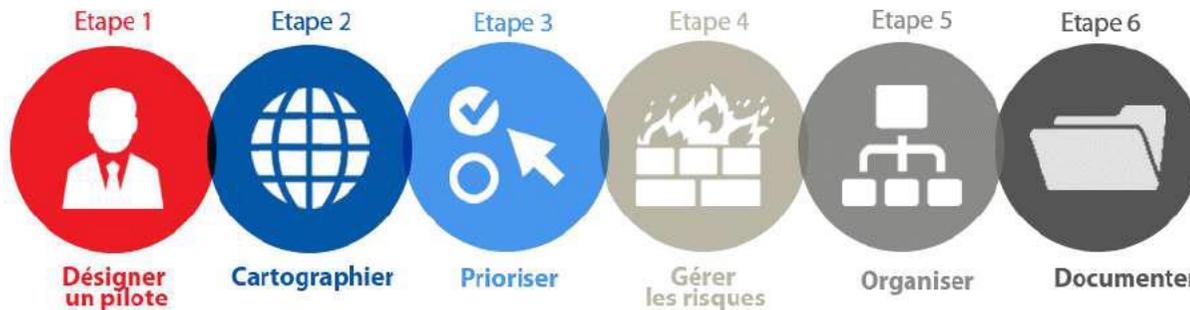
BIT Calvi Citadelle



## 4 RGPD

Depuis le 28 mai 2018 le Règlement Général de Protection des Données (RGPD) doit être mis en œuvre obligatoirement par tous les acteurs privés et publics, dès lors qu'il collecte stocke et utilise les données à caractère personnel (nom, prénom, photo, coordonnées privées, adresse mail, numéro de téléphone, bulletin de paie, données bancaires, etc.) OU qu'il traite des données à caractère personnel pour le compte d'autres personnes morales en qualité de sous-traitant (taxe de séjour par exemple).

Dans ce contexte l'OTI Calvi Balagne doit justifier de la mise en place du RGPD selon les étapes suivantes et la désignation obligatoire d'un DPO :



1. **Désigner un pilote** : Pour piloter la gouvernance des données personnelles de votre structure, vous aurez besoin d'un véritable chef d'orchestre qui exercera une mission d'information, de conseil et de contrôle en interne ou extérieur : le délégué à la protection des données (DPO). Il est obligatoire pour toutes les structures publiques. Il peut être interne ou externe à la structure et le même pour la CC Calvi Balagne et l'OTI.
2. **Cartographier vos traitements de données personnelles** : Pour mesurer concrètement l'impact du règlement européen sur la protection des données que vous traitez, commencez par recenser de façon précise vos traitements de données personnelles. L'élaboration d'un registre des traitements vous permet de faire le point.
3. **Prioriser les actions à mener** : Sur la base de votre registre, identifiez les actions à mener pour vous conformer aux obligations actuelles et à venir. Priorisez ces actions au regard des risques que font peser vos traitements sur les droits et les libertés des personnes concernées (exemple : informer les prospects existants).

4. **Gérer les risques** : Si vous avez identifié des traitements de données personnelles susceptibles d'engendrer des risques élevés pour les droits et libertés des personnes concernées (exemple : vidéo-surveillance, géolocalisation des véhicules de services), vous devrez mener, pour chacun de ces traitements, une analyse d'impact sur la protection des données (PIA).
5. **Organiser les processus internes** : Pour assurer un haut niveau de protection des données personnelles en permanence, mettez en place des procédures internes qui garantissent la prise en compte de la protection des données à tout moment, en prenant en compte l'ensemble des événements qui peuvent survenir au cours de la vie d'un traitement (exemple : faille de sécurité, gestion des demandes de rectification ou d'accès, modification des données collectées, changement de prestataire).
6. **Documenter la conformité** : Pour prouver votre conformité au règlement, vous devez constituer et regrouper la documentation nécessaire. Les actions et documents réalisés à chaque étape doivent être réexaminés et actualisés régulièrement pour assurer une protection des données en continu.

## 5 SADI / Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information

### 5.1 Définition / méthode

Le SADI ou Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information est la réunion possible de 4 accueils :

- l'armature **d'accueil physique** de l'OT (les lieux d'accueil/bâtiments),
- **l'accueil numérique** du territoire (bornes, hot spots...),
- **l'accueil mobile** (équipement d'accueil mobile avec un ou des personnels dédiés, généralement avec un ou plusieurs véhicules),
- **l'accueil des partenaires** professionnels de l'OT qui ont conventionné pour assurer un accueil et lieu et place de l'OT.

Le SADI doit conduire à avoir une **réflexion globale du parcours client**.

A noter que l'on sait que ce sont de l'ordre de 8 à 10 % des flux touristiques qui passent à l'office de tourisme dans les lieux touristiques en France, il faut donc **aller capter les touristes** et leur faire découvrir le territoire !

Pour construire un SADI, on a besoin :

- d'une analyse par les **flux physiques** : une nécessité pour équilibrer les flux sur le territoire, avec des aménagements immobiliers sous-jacents pour accueillir,
- D'une **stratégie d'accueil numérique**, afin de permettre un accueil numérique permanent à partir d'outils/mobiliers présents sur le terrain,
- D'un travail de **coordination du réseau des prestataires de l'écosystème touristique local** pour les impliquer dans la dynamique d'accueil,
- De rendre **l'OT pro-actif pour aller à la rencontre des flux** (accueil hors les murs) là où sont les touristes et au moment où ils sont disponibles/réceptifs.

## 5.2 Organisation du SADI 2018 de l'OTI Calvi Balagne

### 5.2.1 Accueil physique dans les BIT

Aujourd'hui **5 accueils dont 4 sont côtiers** :

- Calvi Port / Siège de l'OTI CB,
- Calvi Citadelle,
- Calvi accueil croisiéristes, à quai au port,
- Galeria (accueil intérieur dans un préfabriqué<sup>3</sup>),
- Algajola (gare CFC).

... dont les deux derniers ont été mis en œuvre en 2017.

#### Ouvrabilité 2018 par BIT

CALVI BALAGNE	CALVI CITADELLE	CALVI PORT CROISIERE	BIT GALERIA	ALGAJOLA
301	105 en 2017 49 en 2018 (travaux)	184	121	107

Source : OTI

#### Flux aux BIT par années

FLUX et flux accueillis	2014	2015	2016	2017	2018
OTI Calvi Balagne	110 586	127 122	128 326	110 586	119 902
Citadelle	35 468	35 868	26 759	28 259	12 070
Point accueil croisiéristes	41 173	39 126	25 860	23 916	19 977
Algajola	-	-	-	31 287	33 164
Galeria	-	-	-	25 036	15 758
<b>TOTAL</b>	<b>187 227</b>	<b>202 116</b>	<b>180 945</b>	<b>219 084</b>	<b>200 871</b>

Source : OTI

Pratiquement **76 % des flux physiques à l'entrée des points d'accueil sont concentrés à Calvi.**

<sup>3</sup> Une reconstruction est prévue dans un local HQE / BBC, sans délai précisé à ce jour.

<b>FLUX et flux accueillis</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
OTI Calvi Balagne	59%	63%	71%	50%	<b>60%</b>
Citadelle	19%	18%	15%	13%	<b>6%</b>
Point accueil croisiéristes	22%	19%	14%	11%	<b>10%</b>
Algajola				14%	17%
Galeria				11%	8%
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>				

Source : OTI

### Flux moyen journalier aux BIT

<b>FLUX et flux accueillis</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
OTI Calvi Balagne	368	399
Citadelle	270	246
Point accueil croisiéristes	130	109
Algajola	294	311
Galeria	207	130
<b>TOTAL</b>	<b>1 268</b>	<b>1 195</b>

Source : OTI

Des **demandes moyennes / jour comprises entre 400 et 130**, et en cumul se portant à +/- 750 à Calvi.

## Affectation des RH par BIT

	CALVI BALAGNE	CALVI CITADELLE	CALVI PORT CROISIERE	BIT GALERIA	ALGAJOLA
PERMANENTS	7,92			0,46	
SAISONNIERS	1,62	0,24	0,06	0,12	0,46
<b>TOTAL</b>	<b>9,54</b>	<b>0,24</b>	<b>0,06</b>	<b>0,57</b>	<b>0,46</b>
100 %	87,7%	2,2%	0,6%	5,3%	4,2%

Un **SADI physique déjà très ambitieux** avec :

- une **volonté de présence territoriale**, même si globalement les fréquentations sont stables à baissières et que l'accueil physique, de manière globale en France, subit une érosion face à l'accueil numérique,
- une implantation qui ne reflète pas parfaitement la localisation des nuitées touristiques du territoire, et **la captation des flux touristiques physiques...** et qu'il faudrait optimiser à l'aide d'une observation fine et suivie des flux réels
- une **hypertrophie de la fréquentation calvaise** et de faibles fréquentations observées sur certains BIT,
- des volumétries moyennes journalières qui gomment des ouvrabilités très resserrées calendairement,
- un volume d'heures supplémentaires important en partie lié au SADI physique,
- un SADI qui impacte le fonctionnement de l'OTI et génère des coûts de fonctionnement même si la propriété immobilières n'est pas transférée à l'EPCI.

## ... et demain de nouveaux projets :

- Lumio en 2019,
- gare de Lumio peut être en 2020,
- Aregno pressenti également, sans délai,

...soit, si réalisation 7 BIT physiques dans 5 communes / 14 communes de l'EPCI ;

## 5.2.2 Accueil numérique

Depuis 2018, l'EPCI et l'OTI ont l'ambition de permettre l'accès à l'information touristique sur tout le périmètre communautaire. Des bornes numériques ont été implantées ou sont en cours d'implantation dans l'ensemble des villages de l'EPCI, soit 14 bornes numériques a minima, nous ignorons si ces bornes seront accompagnées d'un wifi territorial.

Le visiteur en itinérance ainsi que la population locale, qui ne se rend pas nécessairement à l'Office de Tourisme, ont désormais accès à l'information touristique au moyen d'une **borne digitale d'information implantée en mairie** pour la plupart des communes et **à l'intérieur de BIT** pour les communes de Calvi, Galeria et Algajola. Certaines comme Cateri ont choisi un **commerce ou service de proximité** tel la Poste.

Ce projet a fait l'objet de la réalisation d'une **application dédiée** ayant permis la création des contenus, chaque borne contient des rubriques pratiques pour chaque commune: où dormir où manger, quoi faire ? ...

En parallèle un équipement a été choisi et personnalisé aux couleurs de chaque commune ainsi chaque village est valorisé et doté d'une vidéo drone avec des visuels des lieux emblématiques, ou éléments du patrimoine remarquable sur place, de manière à thématiser chaque accueil numérique par communes.

La question des contenus, de leur évolution et de la nécessaire prise en compte de l'ensemble des patrimoines de la destination sera à gérer à l'avenir.

## 5.2.3 Accueil hors les murs

L'OTI accueille les croisiéristes en saison au port, au quai d'arrivée. Le flux accueilli est important : +/- 20 00 accueil en saison et mobilise pour partie un personnel permanent et un saisonnier.

## 5.2.4 Accueil mobile

L'OTI n'est pour l'heure équipé d'un dispositif de mobilité lui permettant d'aller à la rencontre des touristes. Le plan d'actions prend en compte cette carence et propose l'acquisition d'un véhicule dédié, qui en situation de mobilité, pourrait se rendre sur tous les sites drainants et les communes du territoire.

### 5.2.5 Accueil conventionné

A notre connaissance, il n'y a pas à ce jour d'accueil organisé par un ou des prestataires privés conventionnés avec l'OTI CB pour assurer un accueil touristique en lieu et place de l'OTI CB.

En résumé :

**L'OTI CB développe simultanément l'accueil numérique et l'accueil physique.**

**Les flux numériques sont croissants**, avec une dynamique plus forte que les flux physiques.

La justification du SADI physique au travers de plusieurs BIT existants ou projetés est présentée sous l'angle de la **thématisation des BIT**, qui, si il semble pertinent, doit s'accompagner d'un **vrai dispositif d'accueil global**. En effet, chaque BIT a vocation à **diffuser les flux et l'offre de tout le territoire du périmètre OTI**. Il faudra **concevoir** un schéma d'accueil et une formation des personnels pour pouvoir jouer ce rôle, ce qui est difficile avec des saisonniers.

Seul le **bureau de Calvi semble disposer d'une charge immobilière**, les autres locaux sont occupés à titre gratuit ou leur coût est « géré » au travers d'une convention d'occupation avec un tiers exploitant (ex : gare CFC d'Algajola).

### 5.3 Evolution possible du SADI

Un SADI doit disposer d'un préalable à son élaboration, qui consiste à connaître le comportement des clientèles du territoire de la CC CB au travers de différents paramètres portant sur les périodes de fréquentations, la quantité et l'origine des flux, les portes d'entrée et les déplacements des clientèles sur le territoire, les accueils « dans les murs » au sein de l'office de tourisme (siège et BIT) mais également « hors les murs » (sites, événementiels, prestataires hôteliers, musées, plages, etc.).

A l'issue de cette analyse, l'enjeu consiste donc à **déterminer les lieux ou les moyens à déployer pour permettre la diffusion de l'information** qu'elle soit générale, spécifique selon les cibles clientèles, d'orientation géographique, directionnelle, publicitaire, thématique, événementiel, etc. et **qui ne sera pas**, par conséquence, **nécessairement et systématiquement physique** (humaine), mais qui peut être matérielle (panneaux/signalétique, bornes numériques, wifi territorial, etc.), ni obligatoirement fixe mais parfois « hors les murs », saisonnier, mobile et itinérante.

Une photographie de ces éléments établit **la performance actuelle des lieux de diffusion de l'information** qui ne disposent aujourd'hui de peu de moyens « hors les murs » ou pas de moyens mobiles, ni de données sur la mobilité des clientèles par type (famille, jeune, âgé, sportif, culturel, loisirs, Corse, autres régions française, européens, etc.), ni ne connaissent avec précision leur « porte d'entrée ».

**De fait un SADI n'est pas et ne peut pas être figé, il doit s'adapter et évoluer** en fonction des comportements des touristes. Les actions concernant le suivi des clientèles (GRC / Avizi) et l'observatoire touristique ont notamment le rôle d'outils apporteurs d'informations pour pouvoir demain continuer à faire vivre le SADI de l'OTI CB.

Il faudra certainement, dans le futur, alors considérer un ou des scénarii d'évolution du SADI avec :

- les **paramètres économiques** des coûts de gestion des lieux d'information (RH, loyer, fluides, entretien, aménagement...),
- avec des **moyens** saisonniers, ponctuels, événementiels, légers et mobiles, modernes et accessibles pour « suivre » la mobilité des clientèles selon l'animation du territoire.

Il faudra donc faire vivre ce SADI et le rôle fondamental « joué » par la Responsable Accueil de l'OTI CB en dépendra, dans la mesure où il s'agira de **reconsidérer** à chaque événement touristique, culturel, sportif mais aussi climatique ou plus généralement sociétal **si « l'outil » de diffusion de l'information dans les différents lieux est ou doit être adapté.**

## 6 BUDGET DE L'OTI

### 6.1 Situation passée

#### 6.1.1 Section dépenses de fonctionnement

Le budget de fonctionnement section dépenses 2018 dispose d'une inscription (y compris DM) de 991,85 K€ soit un ratio de +/- 85600 € / salariés, ratio au-dessus de la moyenne des OTs de classe similaire.

Les postes majeurs sont, sans surprises :

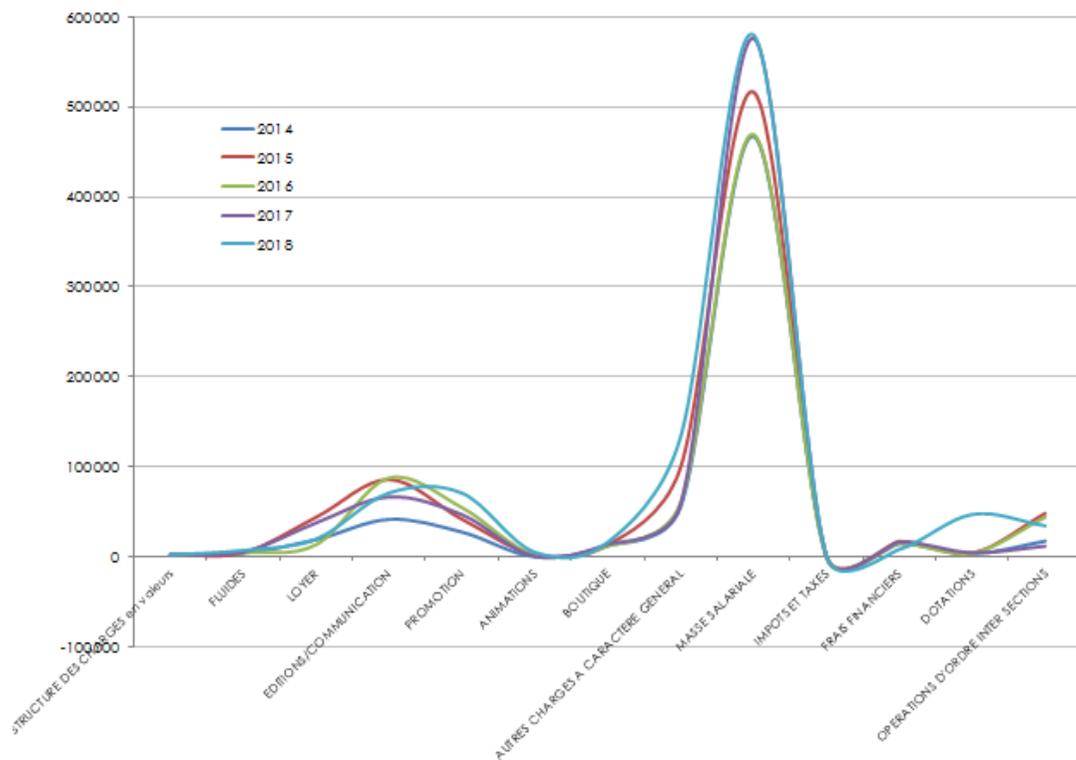
- Les **RH / charges sociales** (580 K€ ; 58 %),
- Les **charges à caractère général** (322 K€ ; 32 %) au sein desquelles nous distinguerons les éditions/communication/promotion représentent (141,6 K€ (44%)), charges de gestion courantes (93 K€, (29%)), les loyers (20 k€ (6 %)), les autres charges représentant +/- 20 % du montant,
- Les **dotations** (47 K€ ; 5 %).

Structures des dépenses en valeurs par exercices

STRUCTURE DES CHARGES en valeurs	2014	2015	2016	2017	2018
FLUIDES	4 015,16 €	4 396,30 €	4 379,22 €	5 059,31 €	7 000,00 €
LOYER	18 910,04 €	43 848,17 €	13 387,05 €	37 585,66 €	19 570,00 €
EDITIONS/COMMUNICATION	41 507,34 €	85 822,90 €	87 450,91 €	66 428,75 €	70 907,61 €
PROMOTION	27 426,75 €	41 772,48 €	54 549,99 €	46 769,85 €	70 700,00 €
ANIMATIONS	- €	2 463,00 €	1 970,00 €	329,33 €	5 000,00 €
BOUTIQUE	12 318,69 €	13 155,46 €	11 545,24 €	13 939,48 €	16 100,00 €
AUTRES CHARGES A CARACTERE GENERAL	55 419,47 €	99 336,75 €	60 229,81 €	58 127,74 €	133 200,00 €
MASSE SALARIALE	467 124,25 €	516 579,97 €	469 402,41 €	576 136,78 €	580 000,00 €
IMPOTS ET TAXES	- €	669,35 €	- €	- €	- €
FRAIS FINANCIERS	14 112,00 €	17 064,23 €	14 870,54 €	16 404,19 €	8 250,00 €
DOTATIONS	3 390,00 €	3 990,00 €	4 000,00 €	4 395,00 €	47 000,00 €
OPERATIONS D'ORDRE INTER SECTIONS	17 398,97 €	48 272,60 €	44 014,81 €	11 693,55 €	34 366,69 €
TOTAL	<b>661 622,67 €</b>	<b>877 371,21 €</b>	<b>765 799,98 €</b>	<b>836 869,64 €</b>	<b>992 094,30 €</b>

Source : CA et BP 2018 + DM 2018

Depuis 2014<sup>4</sup>, les dépenses de fonctionnement présentent une **structure annuelle en valeur fortement analogue** avec cependant une légère tendance à l'augmentation des RH depuis 2017.



Source : CA et BP 2018 + DM 2018

<sup>4</sup> Sur la base des comptes administratifs sauf pour 2018 où le budget primitif et deux décisions modificatives ont été prises en compte.

L'analyse de la structure relative (%) des dépenses de chaque année révèle les éléments suivants :

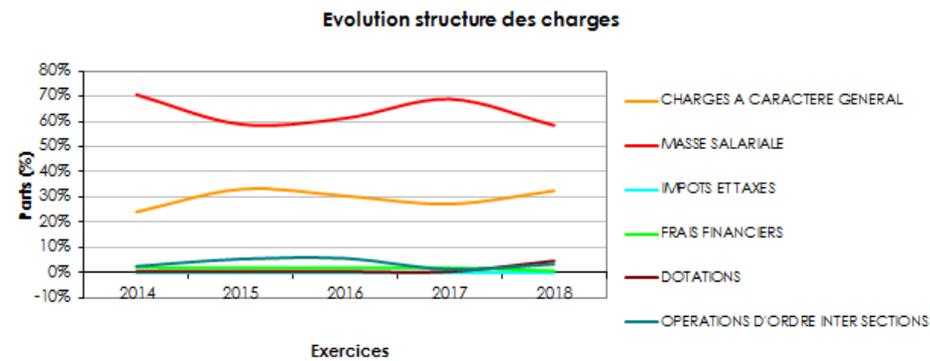
- Une **baisse relative des dépenses de RH/CS**, sous l'effet de la croissance plus soutenue d'autres charges (dotations notamment), à noter qu'en valeur ces dépenses doivent cependant continuer leur progression afin de tenir compte de l'évolution des missions des personnels et des deux plans d'actions à l'étude,
- Une **baisse des ventes commerciales** (boutique), qu'il faut endiguer,
- Une **croissance des autres charges à caractère général**, avec des variations inter annuelles qu'il faudrait lisser,
- Une **croissance des dotations** (conjoncturelle liée à des réserves prudhommales et à l'amortissement d'une subvention d'investissement),
- Un **renforcement des budgets promotion / communication**, même si des variations interannuelles sont observées.

STRUCTURE DES CHARGES en parts	2014	2015	2016	2017	2018
FLUIDES	0,6%	0,5%	0,6%	0,6%	0,7%
LOYER	2,9%	5,0%	1,7%	4,5%	2,0%
<b>EDITIONS/COMMUNICATION</b>	<b>6,3%</b>	<b>9,8%</b>	<b>11,4%</b>	<b>7,9%</b>	<b>7,1%</b>
<b>PROMOTION</b>	<b>4,1%</b>	<b>4,8%</b>	<b>7,1%</b>	<b>5,6%</b>	<b>7,1%</b>
ANIMATIONS	0,0%	0,3%	0,3%	0,0%	0,5%
<b>BOUTIQUE</b>	<b>1,9%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,7%</b>	<b>1,6%</b>
AUTRES CHARGES A CARACTERE GENERAL	8,4%	11,3%	7,9%	6,9%	13,4%
MASSE SALARIALE	70,6%	58,9%	61,3%	68,8%	58,5%
IMPOTS ET TAXES	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
FRAIS FINANCIERS	2,1%	1,9%	1,9%	2,0%	0,8%
DOTATIONS	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	4,7%
OPERATIONS D'ORDRE INTER SECTIONS	2,6%	5,5%	5,7%	1,4%	3,5%
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

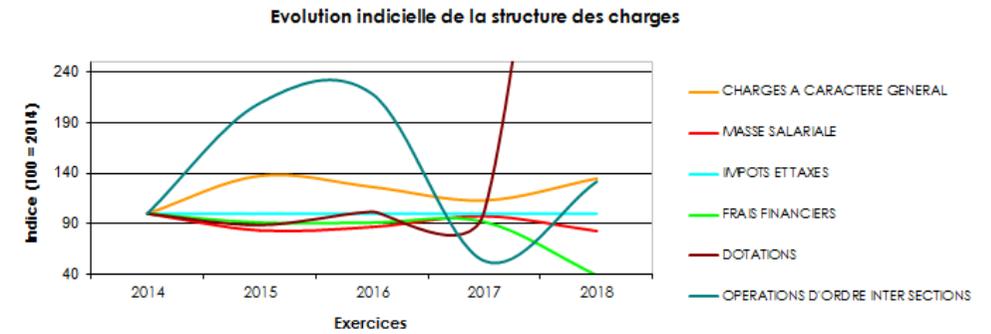
Source : CA et BP 2018 + DM 2018

=> Il faut poursuivre ces tendances sauf celles portant sur la commercialisation/boutique, qu'il faut redresser, et celles portant sur les dotations qu'il faut encadrer et peut être mieux sérier également les dépenses éditions (print).

## Analyse en fréquence (%)



## Analyse indicielle



L'ensemble des éléments analysés n'attirent pas d'autres remarques de notre part.

### 6.1.2 Section recettes de fonctionnement

En 2018, la section recettes est abondée par :

- La **TS** (84 %),
- Les **ventes et prestations de services** (9%),
- Les **subventions d'exploitation** (6%).

A noter que des reports importants ont été constatés en 2014 mais ont depuis été apurés (dépenses liées au pôle touristique « décalées ») et ne se retrouvent pas dans les exercices suivants.

L'analyse de la structure relative (%) des recettes de chaque année (hors reports) révèle les éléments suivants :

- Une **baisse inquiétante des prestations de services**, sous l'effet conjugué d'une perte tarifaire et comptable sur les partenariats et une absence de solution correctrice, à mettre en œuvre rapidement, des propositions en ce sens sont incluses dans le plan d'actions,
- Une **stabilité des ventes de marchandises**, induisant un questionnement sur les enjeux de développement d'une boutique,
- Une **forte croissance de la TS**, qui se confirmera encore au réel en 2019, avec une meilleure captation de son produit et surtout un meilleur assujettissement des contribuables,
- Et conjointement de **fortes variations inter exercices de la subvention** (en fonction des résultats) mais qui sont fortement baissières depuis 2015.

Recettes d'exploitation	2014	2015	2016	2017	2018
Attenuations de charges	2%	0%	1%	0%	0%
Ventes produits finis et intermédiaires	0%	0%	1%	0%	0%
Prestations de services	19%	17%	16%	2%	7%
Ventes de marchandises	2%	2%	3%	3%	2%
Remboursements de frais	5%	0%	0%	1%	0%
Autres produits	1%	0%	0%	0%	0%
Subventions d'exploitation	11%	32%	24%	16%	6%
Reversements TS	58%	44%	50%	78%	84%
Produits divers de gestion courante	1%	1%	1%	1%	0%
Produits exceptionnels	0%	1%	0%	0%	0%
Opérations d'ordres entre sections	0%	4%	4%	0%	0%

Source : CA et BP 2018 + DM 2018

=> Il faut engager un re-développement des recettes commerciales et accroître simultanément le produit de la TS.

## 6.2 Conséquences des plans d'actions et du schéma de développement

La réalisation future :

- du plan d'actions de l'OTI Calvi Balagne,
- du plan convergent inter OTIs de Balagne,
- les préconisations du groupe qualité de l'OTI Calvi Balagne,
- nos propositions concernant les RH de l'OTI Calvi Balagne

... vont avoir des **conséquences en matière de construction budgétaire** pour les exercices suivants.

**Ces conséquences doivent certes conduire à un contrôle des dépenses et un développement des recettes mais elles ne doivent pas être abordées simplement de manière comparatives par rapport à la situation actuelle**, car les missions, équipes, organisations et objectifs auront été modifiés par rapport à la situation actuelle, avec en ligne de mire :

- la question du « **développement** » apporté par le tourisme,
- le rôle **d'outil d'animation et de développement du territoire touristique, apporté par l'OTI,**

... au sein d'un des territoires touristiques majeurs de la Corse.

Ceci étant un **nouveau maquetage budgétaire** est à envisager **avec une impulsion marquée, un investissement de la collectivité dans son territoire et dans son secteur à forte valeur ajoutée**, dans un **contexte concurrentiel fort**, avec un **schéma de développement** qui constitue le **document cadre de la politique touristique de l'EPCI Calvi Balagne**.

### 6.3 Maquettage budgétaire 2019

Nous avons projeté une évolution budgétaire de la structure à partir de 2019, tenant compte de l'ensemble des actions réalisées au titre du plan d'actions. Nous avons défini une **situation budgétaire de référence à partir du budget 2018**.

#### 6.3.1 Structure du budget de fonctionnement 2018

Situation estimée à partir du mandaté connu au 16/11/2018 redressé au 31/12/2018, section de fonctionnement.

	Budget Primitif <b>Budget 2018</b>	Estimation du Réalisé <b>Budget 2018</b>
<b>Charges</b>	<b>991 847,00 €</b>	<b>883 729,44 €</b>
RH + CS + CP	580 000,00 €	537 982,25 €
Charges à caractère général	320 780,00 €	254 695,81 €
Dotations	47 000,00 €	47 000,00 €
Opérations d'ordres entre sections	34 367,00 €	34 367,00 €
Charges exceptionnelles	8 000,00 €	7 984,38 €
Autres charges de gestion courante	1 700,00 €	1 700,00 €

... soit un réalisé équivalent à +/- 884 K€, soit 89% du BP.

Situation estimée des produits au 31/12/2018, section de fonctionnement.

	Budget Primitif <b>Budget 2018</b>	Estimation du Réalisé <b>Budget 2018</b>
<b>Produits 2018</b>	<b>991 847,00 €</b>	<b>883 729,43 €</b>
TS	835 000,00 €	835 000,00 €
Partenariats	70 450,00 €	82 163,78 €
Ventes	20 000,00 €	3 992,19 €
Subvention	60 500,00 €	3 845,05 €
Atténuations de charges	1 700,00 €	2 623,44 €
Autres	667,00 €	767,64 €
Report ex n-1	3 530,00 €	0,00 €
Transfert inter sections		-44 662,66 €
<b>SOLDE</b>	<b>0,00 €</b>	<b>0,00 €</b>

### 6.3.2 Prospective budgétaire

Application en 2019 de toutes les nouvelles charges induites par les plans d'actions au budget de fonctionnement section dépenses réalisé en 2018.

Charges de fonctionnement <b>2019</b>	<b>1 264 777,44 €</b>	(Réalisé 2018 + charges nouvelles 2019)
Dont charges nouvelles	<b>381 048,00 €</b>	(Confer plans d'actions OTI Calvi Balagne et Plan convergent Balagne part OTI Calvi Balagne).
Dont part de ces charges nouvelles liée à des recrutements et/ou mises à dispositions	38 %	(Action 235. Mad <sup>5</sup> personnel TS + charges du soft ; 436. Recrutements OTI (groupe qualité)

#### Prospective des recettes

Recettes de fonctionnement <b>2019</b>	<b>1 274 029,43 €</b>	
Dont nouveaux produits / année n-1	<b>390 300,00 €</b>	
dont TS	245 000,00 €	Hypothèse TS : 1 035 300 €
dont Subvention	145 000,00 €	Couvrant les recrutements et mises à disposition opérés à l'exercice (hypothèse d'un levier économique apporté par l'EPCI en phase de démarrage du schéma de développement)
dont Ventes	10 000,00 €	Développement de nouvelles prestations commerciales
dont Atténuations de charges	300,00 €	
dont Partenariats	-10 000,00 €	Baisse prévisible sur projet de tarifaire 2019

Solde <b>2019</b>	<b>9 252,00 €</b>	Solde présenté ici à l'excédent et qui pourra régulariser les mouvements de l'exercice
-------------------	-------------------	--

Les enjeux budgétaires présentés ici sont tenables, moyennant la continuation de l'amélioration du rendement de la TS et un développement commercial.

<sup>5</sup> Mise à disposition.

Application en 2020 de toutes les nouvelles charges induites par les plans d'actions au budget de fonctionnement section dépenses réalisé en 2019.

Charges de fonctionnement <b>2020</b>	<b>1 479 068,72 €</b>	(Réalisé 2019 + charges nouvelles 2020 + provision pour risques et charges)
Dont charges nouvelles	<b>418 593,40 €</b>	(confer plans d'actions OTI Calvi Balagne et Plan convergent Balagne part OTI Calvi Balagne).
Dont part de ces charges nouvelles liée à des recrutements et/ou mises à dispositions	43 %	(Action 235. Mad personnel TS + charges du soft ; 436. Recrutements OTI (groupe qualité), 413.2. Recrutement mission d'ingénierie touristique au sein du service tourisme de l'EPCI avec mad)

#### Prospective des recettes

Recettes de fonctionnement <b>2020</b>	<b>1 505 029,43 €</b>	
Dont nouveaux produits / année n-1	<b>231 000,00 €</b>	
dont TS	110 000,00 €	Hypothèse TS : 1 145 300 €
dont Subvention	100 000,00 €	Couvrant pour partie les recrutements et mises à disposition opérés à l'exercice
dont Ventes	15 000,00 €	Développement de nouvelles prestations commerciales
dont Atténuations de charges	1 000,00 €	
dont Partenariats	5 000,00 €	Reprise de la croissance de la recette des partenariats.
<b>Solde 2020</b>	<b>25 960,00 €</b>	Solde présenté ici à l'excédent et qui pourra régulariser les mouvements de l'exercice

Les enjeux budgétaires présentés ici sont tenables, moyennant la continuation de l'amélioration du rendement de la TS et un développement commercial.

Application en 2021 de toutes les nouvelles charges induites par les plans d'actions au budget de fonctionnement section dépenses réalisé en 2020.

Charges de fonctionnement <b>2021</b>	<b>1 641 921,15 €</b>	(Réalisé 2019 + charges nouvelles 2020 + provision pour risques et charges)
Dont charges nouvelles	<b>466 561,00 €</b>	(confer plans d'actions OTI Calvi Balagne et Plan convergent Balagne part OTI Calvi Balagne).
Dont part de ces charges nouvelles liée à des recrutements et/ou mises à dispositions	51 %	(Action 235. Mad personnel TS + charges du soft ; 436. Recrutements OTI (groupe qualité), 413.2. Recrutement mission d'ingénierie touristique au sein du service tourisme de l'EPCI avec mad) + extension des recrutements (3 personnels proposé par le BE)

#### Prospective des recettes

Recettes de fonctionnement <b>2021</b>	<b>1 679 029,43 €</b>	
Dont nouveaux produits / année n-1	<b>174 000,00 €</b>	
dont TS	80 000,00 €	Hypothèse TS : 1 225 300 €
dont Subvention	75 000,00 €	Couvrant pour partie les recrutements et mises à disposition opérés à l'exercice
dont Ventes	15 000,00 €	Développement de nouvelles prestations commerciales
dont Atténuations de charges	1 000,00 €	
dont Partenariats	3 000,00 €	Reprise de la croissance de la recette des partenariats.

Solde <b>2021</b>	<b>37 100,00 €</b>	Solde présenté ici à l'excédent et qui pourra régulariser les mouvements de l'exercice
-------------------	--------------------	--

Les enjeux budgétaires présentés ici sont tenables, moyennant la continuation de l'amélioration du rendement de la TS et un développement commercial.

### Synthèse des éléments budgétaires

Agrégats	2019	2020	2021
Charges	1 264 777,44 €	1 479 068,72 €	1 641 921,15 €
Charges / RH	93 135,30 €	105 047,49 €	96 131,21 €
Produits	1 274 029,43 €	1 505 029,43 €	1 679 029,43 €
Dont part TS	81%	76 %	73 %
Solde	9 252,00 €	25 960,71 €	37 108,29 €

Ratios d'évolution	2019	Evolution n/n-1	Evolution n/n-1
Charges	-	16,9%	11,0%
Produits	-	18,1%	11,6%
TS	-	11%	7%

Des perspectives motivantes qui permettent d'envisager la réalisation des actions annuelles du plan d'actions 2019 - 2024

... avec comme règles :

- Une croissance des recettes de la section de fonctionnement supérieures aux dépenses de fonctionnement,
- Une évolution de la recette de la TS vers une ambition à 1,2 M€ en 2021 (hypothèse « modérée » puisque nous envisagions 1,4 M€ en phase I pour le même horizon),
- Une évolution baissière de la part de la TS dans les produits de fonctionnement sous le double effet d'un rendement décroissant de sa collecte et du développement d'autres prestations commerciales par l'OTI (prestations commerciales, boutique...).

### 6.3.3 Financement des plans d'actions

Trois ressources principales sont utilisées et les plan d'actions ont fait l'objet d'une **étude de financement pour chaque action<sup>6</sup>**, dont :

- Les fonds propres de l'OTI CB,
- Le financement apporté par l'EPCI Calvi Balagne,
- Les aides publiques, essentiellement au travers de l'ATC / PETR et des fonds structurels.

Le plan d'actions OTI Calvi Balagne est **financé à 14 % par des aides** dont l'ATC est la première contributrice présomptive, le solde se ventilant ainsi :

- **Autofinancement OTI (65 %)**,
  - **Subvention / financement EPCI (21 %)**, (projets de recrutements/mise à disposition personnel TS et personnel ingénierie touristique intercommunale),
- ..., ces poids s'entendent sans présumer la croissance future des recettes de la TS pour l'exercice 2019.

Financement des actions	Montant 2018	Montant 2019	Montant 2020	Montant 2021	Montant 2022	Montant 2023	TOTAL	Parts (%)
OTI CB	233 556,10 €	265 034,00 €	293 286,23 €	281 118,23 €	282 034,23 €	282 034,23 €	<b>1 637 063,00 €</b>	65%
EPCI CB	166 140,00 €	205 564,50 €	58 849,50 €	36 432,00 €	36 432,00 €	36 432,00 €	<b>539 850,00 €</b>	21%
ATC	38 152,00 €	39 448,00 €	41 932,00 €	46 900,00 €	48 884,00 €	48 884,00 €	<b>264 200,00 €</b>	10%
AUTRE <sup>7</sup>	5 291,40 €	30 894,90 €	25 602,05 €	23 519,55 €	719,55 €	719,55 €	<b>86 747,00 €</b>	3%
<b>TOTAL</b>	<b>43 443,40 €</b>	<b>70 342,90 €</b>	<b>67 534,05 €</b>	<b>70 419,55 €</b>	<b>49 603,55 €</b>	<b>49 603,55 €</b>	<b>2 527 860,00 €</b>	<b>100%</b>

<sup>6</sup> Que l'on retrouvera utilement dans chaque fiche action.

<sup>7</sup> Essentiellement budget programme INTENSE et partenariats.

Le plan d'actions convergent OTIs de Balagne a fait l'objet d'une **étude de financement pour chaque action**<sup>8</sup>, dont :

- Autofinancement OTI,
- Subvention / financement EPCI,
- Aides ATC,
- Aides Autres (PETR, FEDER).

Le plan d'actions est **financé à 32 % par des aides** dont l'ATC est la première contributrice présomptive, le solde se ventilant ainsi :

- **Autofinancement OTI (56 %)**,
- **Subvention / financement EPCI (13 %)**, (financement Signalisation d'information Locale et portes d'entrées du territoire),
- **Autre (13%)**, financements ATC concernant la politique promotionnelle (marque « rencontres balanines », développement de E-visibilité promotionnelle / bloggeurs influenceurs) et la mise en œuvre de l'observatoire touristique de Balagne,

..., ces poids s'entendent sans présumer la croissance future des recettes de la TS pour l'exercice 2019.

Financement des actions	Montant 2018	Montant 2019	Montant 2020	Montant 2021	Montant 2022	Montant 2023	TOTAL	Parts (%)
Part OTI CB	93 405,00 €	101 680,00 €	56 760,00 €	46 760,00 €	46 760,00 €	46 760,00 €	<b>392 125,00 €</b>	56 %
EPCI CB	17 600,00 €	27 600,00 €	17 600,00 €	17 600,00 €	17 600,00 €	0,00 €	<b>88 000,00 €</b>	13 %
ATC	15 575,00 €	25 300,00 €	12 000,00 €	12 000,00 €	12 000,00 €	12 000,00 €	<b>88 875,00 €</b>	13 %
AUTRE <sup>9</sup>	35 270,00 €	42 270,00 €	12 240,00 €	12 240,00 €	12 240,00 €	12 240,00 €	<b>126 500,00 €</b>	18 %
<b>TOTAL</b>	<b>171 850,00 €</b>	<b>186 850,00 €</b>	<b>98 600,00 €</b>	<b>88 600,00 €</b>	<b>88 600,00 €</b>	<b>71 000,00 €</b>	<b>705 500,00 €</b>	<b>100%</b>

<sup>8</sup> Que l'on retrouvera utilement dans chaque fiche action.

## **7 LIEUX /ESPACES PROPICES A LA FORMULATION DE PARTENARIATS**

### **7.1 Au niveau des deux OTI de Balagne**

#### **7.1.1 Plan convergent OTIs de Balagne**

En complément des actions « verticales » de l'OTI Calvi Balagne, la stratégie touristique a intégré une **vision « transversale » du développement touristique au niveau de la Balagne**, au travers d'actions menées communément avec l'OTI de Calvi-Balagne.

Ces actions, **communément réfléchies et proposées** avec l'aide du cabinet, ont pour but de :

- s'inscrire dans le double contexte de la convention de partenariat inter Offices de Tourisme de Balagne et de la charte d'organisation mutualisée inter – offices, pour **poursuivre ou actualiser de nouvelles formes de collaborations**,
- permettre la continuation **d'actions mutualisées** en partenariat et en transversalité hors des périmètres et conventions d'objectifs des deux structures, en ambitionnant le portage d'actions partagée favorables à l'économie touristique de la Balagne.

Le plan convergent inter OTIs de Balagne prévoit pour la période 2019 – 2024 : **700 500 € au titre de l'OTI Calvi Balagne** avec un cofinancement équivalent apporté par l'OTI Ile Rousse Balagne, soit un plan consolidé de 1,401 M€.

Un plan transversal pour développer plus de moyens<sup>10</sup> en :

- **Promotion de la destination Balagne** (350 K€, 50 % du plan),  
Budget promotionnel,  
Développement d'un réseau de professionnels en charge de développer la E-notoriété de la destination.
- **Signalétique**  
schéma directeur Signalétique d'Information Locale,  
schéma directeur de la signalétique de maillage vélo/VTT,  
mise à jour des contenus et harmonisation de la signalétique directionnelle extérieure physique de 9 haltes/gares CFC,  
mise à jour des contenus et harmonisation de la signalétique directionnelle des portes d'entrée du territoire,  
...avec un budget de 163 K€ (23 % du plan),
- **Observatoire de territoire**, avec un véritable budget dédié, 100 K€ pour la période (14 % du plan),
- **Marque de territoire**, avec le développement de la marque "Rencontres Balanines" (25 k€ / 4 % du plan),
- **Communication** avec un plan de communication web (30 K€, 4% du plan).

<sup>10</sup> Ici uniquement cofinancement OTI IRB.

### 7.1.2 Convention de partenariat et charte d'organisation mutualisée inter OTI

Comme **prévu statutairement** l'OTI Calvi Balagne a la faculté de conventionner avec les territoires voisins, ce qu'il fait au travers de la convention de partenariat avec l'OTI Ile Rousse Balagne, dans la continuité du Pôle Touristique Balagne qui a cessé d'être abondé par des financements de l'ATC en 2016.

Cette convention permet de fixer « l'armature structurante du développement touristique territorial - Balagne tout en confortant les 2 périmètres communautaires, leurs identités, complémentarités, valeurs ajoutées... ».

Au titre du plan convergent, une fiche action (132.0) est dédiée à charte d'organisation mutualisée inter – offices. Elle prévoit une **meilleure articulation organisationnelle** entre les deux OT de Balagne avec une répartition analytique plus fine des missions et tâches par personnels (approche commune à faire par chaque OTI pour analyser la coordination des moyens humains et leurs missions). Ceci pour éviter les tuilages et les ruptures de coordination dans la chaîne de commandement et de production pour les tâches coproduites au niveau des deux OTI de Balagne.

La valorisation des projets structurants et la professionnalisation des acteurs sont les deux premiers axes de travail en commun retenus. Ceci est **pris en compte dans le plan convergent** et ce contexte partenarial va ainsi permettre la réalisation d'actions (n°112, 211.1, 211.2, 314.3, 415.2, 415.4, 413.3, 415.5, etc...) partagées, mutualisées ou réalisées à l'échelle de la Balagne, notamment sur les moyens RH et financier.

## 8 ANNEXES

### **8.1 Arrêté du 1er mars 2018 fixant le modèle de formulaire d'information pour la vente de voyages et de séjours**

JORF n°0055 du 7 mars 2018 - texte n° 29

#### **Arrêté du 1er mars 2018 fixant le modèle de formulaire d'information pour la vente de voyages et de séjours**

NOR: ECOI1801883A, ELI: <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/arrete/2018/3/1/ECOI1801883A/jo/texte>

Le ministre de l'Europe et des affaires étrangères et le ministre de l'économie et des finances,

Vu le [code du tourisme](#), notamment ses articles L. 211-3, L. 211-8, R. 211-1-2 et R. 211-4,

Arrêtent :

#### **Article 1**

Le professionnel qui élabore et vend ou offre à la vente les prestations visées au 1° et au [2° du I de l'article L. 211-1 du code du tourisme](#) transmet au voyageur un formulaire qui comprend celles des informations énumérées du 1° au [8° de l'article R. 211-4 du code du tourisme](#) qui sont adéquates pour le contrat envisagé, ainsi qu'un résumé des droits du voyageur correspondant au modèle pertinent figurant à l'annexe 1. Lorsque le contrat est conclu par téléphone, l'organisateur ou le détaillant fournit les informations énumérées au premier alinéa, ainsi que les informations figurant dans l'annexe 1, partie B.

#### **Article 2**

Le professionnel qui vend ou offre à la vente des prestations soit qu'il produit lui-même soit qui portent sur les prestations visées au [1° et 2° du I de l'article L. 211-7 du code du tourisme](#), et qui facilite l'achat par le voyageur de prestations de voyages liées, au sens du [III de l'article L.211-2 du code du tourisme](#), transmet au voyageur un formulaire correspondant au modèle pertinent figurant à l'annexe 2.

Si le type particulier de prestation de voyage liée ne correspond à aucun des formulaires de l'annexe 2, le professionnel fournit au voyageur les informations sur l'absence de protection au titre du forfait touristique, sur la responsabilité de ce professionnel et l'étendue de la protection accordée au regard de son insolvabilité et, dès lors que le service de voyage vendu porte sur un transport, du rapatriement des voyageurs.

#### **Article 3**

Le présent arrêté entre en vigueur le 1er juillet 2018.

#### **Article 4**

Le ministre de l'Europe et des affaires étrangères et le ministre de l'économie et des finances sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

## 8.2 Classement d'un Office de Tourisme / définitions

Selon l'arrêté du 12 novembre 2010 fixant les critères de classement des Offices de Tourisme sont :

### Catégorie I

L'Office de Tourisme classé dans la catégorie I est une **structure de type entrepreneurial** ayant vocation à fédérer les professionnels et à développer l'économie touristique dans sa zone géographique d'intervention laquelle supporte un flux touristique naturel important de provenance nationale et internationale. Son équipe polyglotte est nécessairement pilotée par un directeur. Elle se compose de collaborateurs spécialisés selon les axes de développement de la structure et du territoire. Elle déploie des actions de promotion à vocation nationale ou internationale. La structure propose des services variés de nature à générer des ressources propres et à justifier une politique commerciale déterminée. Le recours aux technologies de l'information est maîtrisé au sein de la structure. L'Office de Tourisme de catégorie I développe une politique de promotion ciblée et met en œuvre des outils d'écoute de la clientèle de nature à améliorer la qualité des services rendus et de ceux de ses partenaires œuvrant dans sa zone géographique d'intervention. Il inscrit ses actions dans une démarche promouvant la qualité dans le but d'améliorer ses prestations de service et sa performance globale.

Ouverture minimale : **305 jours / an.**

### Catégorie II

L'Office de Tourisme classé dans la catégorie II correspond à une **structure de taille moyenne** intervenant dans une zone géographique représentative d'un bassin de consommation touristique homogène et cohérent. Son équipe est nécessairement pilotée par un responsable ou par un directeur. La structure propose des services variés plus importants que ceux des Offices relevant de la catégorie III de nature à générer des ressources propres. L'Office de Tourisme de catégorie II développe une politique de promotion ciblée et met en œuvre des outils d'écoute de la clientèle de nature à améliorer la qualité des services rendus et de ceux de ses partenaires œuvrant dans sa zone géographique d'intervention.

Ouverture minimale : 240 jours / an.

### Catégorie III

L'Office de Tourisme classé dans la catégorie III représente une **structure de petite taille** dotée d'une équipe permanente essentiellement chargée de l'animation du réseau de professionnels, de l'information des visiteurs et de la collecte de cette information en vue de sa bonne diffusion à une échelle principalement locale. Ses missions fondamentales s'exercent sur l'accueil et l'information.

Ouverture minimale : 120 jours / an.

**DiaThemis – Maître Christian Gosseume**

Ce rapport a été co-construit par :

DiaThemis

Bureau d'études : 33 Avenue Pierre Charles Lespinasse, 11000 CARCASSONNE

Administration : Inovallée, 16i chemin de Malacher, 38240 MEYLAN

Tel : +33 (0)4 76 18 98 02 - Fax : +33 (0)4 76 18 04 09 - diathemis@dianeige.fr

Avec :

Christian GOSSEAUME - Avocat

4, quai de Richemont

35000 RENNES

Tel. : 02 99 85 10 45 ou 09 72 41 23 35 - Fax : 09 72 41 24 26