

Extrait du registre des délibérations du Comité de Direction

Séance du 8 février 2023

Date de convocation : 23 janvier 2023
Nombre de membres en exercice : 18

Présents : 18
Votants : 13

Président de séance : Stéphane SIMON
Secrétaire de séance : Manon VANFLETEREN

Titulaires et suppléants présents : Mme Lysiane BANDELIER, Mme Viviane BERTOUT-BARBÉY, Mme Isabelle COLLIN, M. Matthieu DEVALLAND, Mme Florence HAGUET-VOLCKAERT, M. Rémi LE ROUX, M. Arnaud MABIRE, M. Jean-Christophe MELLIER, M. Raphaël NORBLIN, Mme Martine PHILIPPE, M. Patrick POINTEAU, Mme Laure SALVAT, M. Stéphane SIMON.

Assistaient à la séance : Mme Gaëlle BONNEMAINS - EPN, Mme Nadine GUITTARD - OTC, M. Fabien GROUSELLE - EPN, Mme Marion HOSSIN - OTC, Mme Manon VANFLETEREN - OTC.

Titulaires et suppléants excusés : Mme Stéphanie AUGER, Mme Karène BEAUVILLARD, M. Fabrice BOSSUYT, M. Patrick BRETON, M. Thierry BRULARD, M. Hassan EL MOUSAOUI, Mme Marianne PLAISANCE, M. Guillaume ROUGER, M. Emmanuel ROUSSEL, M. Abdé ZAYANI.

Délibération n°01/2023 - Débat d'Orientations Budgétaires 2023

Proposition

Il est proposé au Comité de Direction de procéder au Débat d'Orientations Budgétaires 2023 sur la base du Rapport d'Orientations Budgétaires et ses annexes transmis en amont de la séance.

Le Comité de Direction, après en avoir débattu :

- A PRIS EN COMPTE le Rapport d'Orientations Budgétaires 2023 (en PJ)
- PREND ACTE du Débat d'Orientations Budgétaires 2023

Certifié exécutoire le 8 février 2023
Transmis en Préfecture le 23 / 02 / 2023
Publié le 27 / 02 / 2023

PRÉFECTURE DE L'EURE

24 FEV. 2023

ARRIVÉE

Le Président,

Stéphane SIMON



LE COMPTOIR DES LOISIRS
RAPPORT D'ORIENTATIONS BUDGETAIRES 2023

Mercredi 08 février 2023

SOMMAIRE

I.	Le Débat d’Orientations Budgétaires – Rappels	3
II.	Rétrospective 2022	3
A.	Contexte général	3
B.	Le Comptoir des Loisirs en 2022	4
III.	Horizon 2022-2024 et exercice 2023	6
A.	Les grandes orientations pour la période 2022-2024	6
B.	Plan d’actions 2023	7

Annexes

- Plan d’actions 2023
- DOB-Prévisionnel 2023
- Richesse Humaine du Comptoir des Loisirs

I. Débat d'Orientations Budgétaires - Rappels

Les dispositions relatives au budget de l'EPIC sont fixées dans l'article R.133-15 du Code du tourisme. La préparation du budget de l'Office de Tourisme (OT) en EPIC par le directeur est alignée sur les dispositions des articles du Code général des collectivités territoriales (CGCT) applicables aux collectivités, à savoir les articles L. 1612-2, L2221-5 et L. 2312-1.

Le Débat d'Orientations Budgétaires (DOB) fait désormais l'objet d'un rapport dont le contenu et les modalités de sa transmission et de sa publication ont été fixés par décret n°2016-841 du 24 juin 2016.

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

- ✓ Le directeur présente au Comité de Direction dans un délai de deux mois précédant l'examen du budget, un Rapport sur les Orientations Budgétaires (ROB)
- ✓ Le rapport du directeur donne lieu à un débat au sein du Comité de Direction de l'OT
- ✓ Le budget de l'Office de Tourisme en EPIC est adopté sur cette base par délibération du Comité de Direction dans un délai de 2 mois suivant l'examen préparatoire du budget (DOB).

II. Rétrospective 2022

A. Contexte général

Chacun connaît les profondes mutations de l'activité touristique depuis mars 2020 avec la crise sanitaire mondiale du Covid-19.

Cette situation a entraîné en France plusieurs périodes particulièrement impactantes pour un grand nombre d'activités qui ont été frappées de plein fouet. Structures de loisirs, sites culturels, restaurants, commerces, hôtellerie et hébergeurs divers ont vu leurs activités contraintes, voire fermées administrativement ponctuellement avec pour conséquence également l'annulation d'événements porteurs d'affaires.

Les années 2020 et 2021 ont été particulièrement touchées et 2022 a pu heureusement voir le retour d'une consommation touristique et de loisirs.

Ce regain d'activité reste à pondérer (prudence à observer) au regard :

- ✓ d'un contexte géopolitique trouble en Europe avec le conflit qui perdure en Ukraine,
- ✓ des conséquences de l'inflation depuis le début 2022.

Avec le plan « Destination France de reconquête et de transformation du tourisme » présenté fin 2021, le Gouvernement a montré sa volonté d'accompagner les opérateurs touristiques. Doté d'1,9 milliard d'€, ce Plan a pour ambition de fixer à 10 ans une trajectoire de rebond et de transformation du secteur touristique.

Ce Plan a un double objectif :

- Établir durablement la place de la France en tant que première destination touristique mondiale ;
- Reconquérir la première place en termes de recettes touristiques.

B. Le Comptoir des Loisirs en 2022

Bien que l'année 2022 ait démarré timidement entre janvier et mars, l'activité a retrouvé un niveau satisfaisant, voire même plutôt soutenu avec un retour des visiteurs en physique et la reprise des déplacements des groupes. Le caractère cyclique de l'épidémie de Covid et le contexte inflationniste ont tout de même amené les clients et visiteurs à une certaine prudence (cf. infra).

Pour rappel, la convention entre l'Office de Tourisme et de Commerce et l'agglomération Evreux Portes de Normandie (EPN) signée pour la période 2021-2024 décline les missions générales confiées au Comptoir des Loisirs :

- **Accueillir et informer** les visiteurs de la destination Evreux Normandie
- **Assurer la promotion** touristique et commerciale du territoire, et **développer l'image** de la destination et de ses acteurs,
- **Contribuer à coordonner** les interventions des différents partenaires du développement touristique et commercial local, notamment en matière d'accueil, d'animation, de qualité et de stratégie numérique,
- **Commercialiser des produits touristiques ou prestations** visant à valoriser la destination, son offre touristique et commerciale, ses acteurs économiques,
- Apporter son **concours à la réalisation d'événementiels** destinés à accroître la notoriété et l'identité de la destination,
- **Contribuer à la structuration et au développement de l'offre** touristique et commerciale, en adéquation avec les exigences des clientèles locale, nationale et internationale, dans le cadre de la stratégie de développement touristique et économique décidée par l'EPN.
- Formuler des **avis sur les projets** d'équipements touristiques collectifs de l'agglomération, sur sollicitation de l'EPN, comme le prévoit la loi.
- Gérer ou exploiter pour le compte de l'agglomération des équipements ou activités touristiques de loisirs ou culturels, pour le compte de l'EPN, et à sa demande expresse.

Les principaux marqueurs de l'activité 2022 au Comptoir :

- ✓ Une reprise d'activité à compter du printemps grâce à l'allègement des protocoles sanitaires.
- ✓ Des visiteurs de retour, y compris étrangers, avec pour conséquence une activité soutenue en termes d'accueil et conseil et vente boutique.
- ✓ De recettes de commercialisation en augmentation mais tout de même impactées par des annulations et un nombre de dossiers « non aboutis » assez significatif (potentiel de réservation annulé de près de 85 K€).
- ✓ Après avoir été abandonnées durant presque 2 ans, le choix a été fait de tester la relance des éditions au rythme d'un magazine « Brèves du Comptoir » par semestre.
- ✓ Le personnel Comptoir est toujours en effectif plutôt contraint en comparaison de la période 2018-2019 (à ce jour pas de « community manager » à temps plein et équipe commercialisation groupe réduite avec 1,5 ETP contre 2 ETP en 2019).

En substance pour 2022 :

- **Des animations, expositions et dépenses d'achat de prestations groupes et marchandises en hausse** pour satisfaire la clientèle de visiteurs,
- **Des recettes plus significatives qu'en 2020 et 2021** grâce à une fréquentation retrouvée (impact positif sur la taxe de séjour et les achats boutiques, reprise de l'activité de commercialisation dédiée aux groupes).

☛ S'agissant des dépenses 2022 :

Chapitre 011 - Charges à caractère général :

L'exécution de la dépense est moindre que prévu du fait des achats de prestations groupe : dossiers groupes non aboutis en raison de la reprise épidémique observée au début de l'été et contraintes financières imposant aux visiteurs de réviser, voire annuler le contenu de leur sortie...

Chapitre 012 - Charges de personnel :

L'enveloppe « RH » 2022 a été marquée par plusieurs événements :

- ✓ Augmentation du point d'indice en mai et octobre 2022
- ✓ Mobilité et maternité au sein de l'équipe commerce
- ✓ Décision d'intégration en CDI de notre apprenti suite à la validation de sa licence professionnelle à l'IUT d'Evreux
- ✓ Anticipation d'un futur départ à la retraite en intégrant directement à l'équipe une conseillère en séjour initialement en CDD de remplacement d'un salarié absent.
- ✓ Choix de mettre en « stand-by » le recrutement d'un nouvel alternant (jusque mi-2023)
- ✓ Décision de provisionner 24 000 € en anticipation du départ à la retraite de 3 membres de l'équipe dont 2 dès 2024.
- ✓ Versement à l'ensemble du personnel la Prime de Partage de la Valeur (PPV) en fin d'année 2022 (sur un principe de modulation classification de l'emploi/ancienneté/temps de travail).

La masse salariale de l'année 2022 s'avèrera mécaniquement en hausse en comparaison de 2021 (plusieurs situations d'emplois non pourvus).

☛ S'agissant des recettes 2022 :

Chapitre 70 – Vente de produits :

Malgré la reprise des activités, le Covid a encore eu un impact négatif sur la commercialisation « groupe » avec des annulations reparties à la hausse à compter de l'été. Aussi, la commercialisation « groupe » n'a pas pu atteindre ses objectifs initiaux.

La boutique tiendrait globalement ses objectifs (à près de 90%) malgré un début d'année très timide. Les données boutique sont en cours de consolidation mais le CA se placerait à un volume de vente record comparable au CA de l'année 2019.

Chapitre 74 – Subventions :

Dans le même temps, la subvention d'EPN octroyée à l'OTC a baissé de 2,5% en 2022 par rapport à 2021 (560 000 € vs 575 000 €) après une précédente baisse de 7% en référence à 2020 (575 000 € vs 616 000 €). Entre 2020 et 2022, la subvention EPN est ainsi en diminution de 9% (nonobstant la baisse déjà prévue également pour 2023).

Chapitre 075 – Autres produits de gestion courante

La taxe de séjour collectée en 2022 est estimée en hausse par rapport à l'année précédente grâce à des niveaux satisfaisants de fréquentation des hébergements marchands, faisant espérer atteindre un niveau de recette comparable à l'année de référence de 2019. Cela reste à pondérer compte-tenu du décalage pour une part des déclarations qui sont pris en compte sur l'exercice suivant (plateformes de réservation).

☞ S'agissant de l'endettement :

Chapitre 16 – Emprunts et dettes assimilées

Un seul emprunt est en cours et concerne l'achat de mobilier lié à l'agencement de la boutique.

Il a été contracté auprès du Crédit Agricole en mai 2018 pour un montant de 50 000 € (à taux fixe de 0.86 %).

Le capital restant dû au 1^{er}/01/2023 est de 5 113,68 € qui sera définitivement remboursé au 30/04/2023.

☞ S'agissant des investissements :

Les investissements réalisés en 2022 ont concerné les installations informatiques avec le remplacement du serveur et de l'onduleur.

III. Horizon 2024 et exercice 2023

A. Les grandes orientations pour la période 2022-2024

Concernant les postes de dépenses de la section d'exploitation :

- ✓ Les effectifs sont optimisés à leur maximum sans pouvoir être davantage contraints, sauf à impacter le niveau de service rendu et à appauvrir l'offre globale du Comptoir des Loisirs
- ✓ Les charges à caractère général sont maîtrisées, mais doivent tout de même autoriser la mise en place d'actions pour en accompagnement de la stratégie de développement touristique du territoire.

Les événements/axes de travail qui vont impacter l'année 2023 sont les suivants :

- ✓ Prise de poste du nouveau responsable de l'Accueil et de la Boutique suite à mobilité interne,
- ✓ Renouvellement de l'équipe Commerce (1 mobilité interne),
- ✓ Poursuite de la politique de soutien à la formation par le recrutement d'un alternant à compter de l'été,
- ✓ Volonté de montée en charge du CA à destination d'une clientèle professionnelle (positionnement MICE affiné),
- ✓ Développement de la politique de déploiement « hors les murs » en parallèle d'un rayonnement croissant à l'intercommunal,
- ✓ Pratique des réseaux sociaux à faire évaluer et accompagner,
- ✓ Renforcement de l'accompagnement des socio-professionnels
- ✓ Soutien d'EPN dans le cadre du projet de mise en valeur de la Cathédrale d'Evreux
- ✓ Coordination optimisée avec la Ville d'Evreux sans le cadre de sa candidature au label VAH

Les enjeux de l'année 2023 :

1. Contribuer à renouveler l'image du territoire
2. Faire découvrir l'agglomération autrement
3. Améliorer la performance de la communication
4. Faire émerger une nouvelle dynamique en lien étroit entre et avec les professionnels de l'agglomération

B. Plan d'actions 2023

Le plan d'actions 2023 est présenté en annexe 2 « **Orientations 2022-2024 & Plan d'actions 2023** ».

Les **points saillants** de ce plan d'actions sont les suivants :

✚ Contacts développés avec la ruralité

L'action globale est voulue pour irriguer plus fortement l'intercommunalité et la découverte des communes d'EPN.

Le Comptoir des Loisirs proposera une présence terrain plus développée grâce à l'expérience acquise ces derniers mois et années au contact des représentants techniques et élus en mairies.

Un accent fort sera mis sur la visibilité du Comptoir dans les communes via le projet d'investissement dans du mobilier (propriété et à l'effigie du Comptoir) pour présentation de la documentation tourisme-loisirs. Ce mobilier serait mis à disposition de 4 à 5 communes (à définir selon volonté des maires et capacité d'accueil en mairie voire autres équipements ; exemple : type Musée des Instruments à Vents).

✚ Supports médias

Il est proposé de mettre en sommeil (jusque fin 2023) la parution des « Brèves du Comptoir » en raison des coûts induits (en forte hausse). De plus, la périodicité au semestre ne nous semble pas trouver son public (pas assez rythmé pour capter et retenir l'attention des lecteurs).

Un support de la communication papier est maintenu dans un format moins « ostentatoire » mais efficace vers les cibles locales de tout EPN : une publication mensuelle « MTaVille » sur 10 mois.

La communication via l'application « Panneau Pocket » sera accentuée pour toucher le grand public ; cela nécessitera d'obtenir le concours des communes en relai de nos informations.

La stratégie réseaux sociaux est en cours de diagnostic pour préconisations et mise en œuvre au 1^{er} semestre.

La présence hors les murs et sur salons sera renouvelée, notamment vers des cibles professionnels (offre à valoriser aujourd'hui plus vendeuse et vectrice d'image avec l'ouverture de Youza notamment).

✚ L'expérience client au cœur des actions

Poursuite des initiatives « expérientielles » de 2022 (sens en éveil et mise en situation des publics accueillis).

On visera ici les cibles classiques (individuels, familles, seniors, scolaires...) mais une attention particulière sera portée sur des clientèles des cibles plus spécifiques en visites de groupes : étudiants, visiteurs en situation de handicap par exemple.

✚ Un thème fédérateur pour **une dynamique POUR/AVEC/ENTRE les professionnels**

La mise en place d'actions permettant de mobiliser les professionnels du tourisme du territoire est une mission importante des offices de tourisme. En effet, elle doit permettre de donner de la visibilité aux activités des acteurs économiques locaux et être pensée comme génératrice de retombées économiques.

L'impulsion d'une action doit donc à la fois les « inspirer », faire « sens » mais doit obligatoirement leur démontrer qu'elle peut facilement générer des revenus. L'action à déployer doit aussi pouvoir être initiée sans investissement financier important en phase « test ».

Concomitamment, le projet de mise en valeur de la Cathédrale Notre-Dame d'Evreux, porté par EPN, nécessite de mobiliser le plus en amont possible les professionnels du territoire qui seront à terme au contact des visiteurs. Cette mobilisation doit démarrer bien en amont pour être opérationnelle au moment opportun et vivre dans le temps.

La proposition est donc d'impulser auprès des professionnels du tourisme (restaurateurs, hébergeurs, commerces de bouche et autres...), un travail d'animation sur la base d'une thématique qui serve utilement le projet Cathédrale à ses différentes phases : amont, pendant, après (et qui puisse aussi survivre au projet le cas échéant).

La traduction financière du plan d'actions 2023 est présentée en annexe 2 « **DOB - Prévisionnel 2023** ».

Le budget prévisionnel a été établi à ce stade selon les orientations suivantes :

1. Maîtrise des dépenses de fonctionnement
2. Développement du niveau de service rendu aux clientèles habitants et visiteurs
3. Montée en charge du déploiement à l'intercommunal

Il est proposé de projeter l'activité dans une perspective optimiste mais raisonnable en envisageant une année 2023 avec une demande de loisirs et une activité touristique à niveau comparable à 2022 (révélé comme un « bon cru »).

Ceci étant, le budget de l'année est impacté d'emblée à plusieurs niveaux :

- Hausses de tarifications diverses (énergie, prestations diverses...qui conduisent à faire ou différer certains choix)
- Augmentation du point d'indice (convention collective et fonction publique)
- En augmentation constante, hausse de la redevance d'occupation des locaux d'EPN (+12,5% entre sept 2019 et sept 2022).

☞ S'agissant du prévisionnel de dépenses d'exploitation 2023 :

Chapitre 011 – Charges à caractère général :

Le contexte de hausse des coûts demande à repenser certains types de dépenses pour 2023.

Les charges à caractère général sont en hausse pour certains types de coûts qui sont incompressibles : énergie, fournitures, redevance d'occupation des locaux. Les achats prévus pour l'activité boutique ont été calibrés à niveau comparable à la dépense 2022 ; les achats groupes sont revus à la hausse.

L'achat de prestations de services diminue pour ce qui concerne les éditions et impressions compte-tenu de la nouvelle stratégie proposée.

Chapitre 012 – Charges de personnel :

Les charges de personnel sont à prévoir en hausse en raison de la revalorisation du point d'indice (nouvelle hausse prévue en 2023 ?) et du projet de recrutement d'un apprenti à compter de l'été 2023.

La progression de la masse salariale reste pour autant contenue à globalement à +2%.

Ainsi, la masse salariale telle que budgétée n'est pas « couverte » par la subvention d'EPN en l'état de sa prévision 2023 (delta d'environ 50 000 €).

Chapitre 011 – Charges de gestion courante :

A ce stade, pas dépenses inscrites en prévision pour développement du site internet en 2023.

☞ S'agissant du prévisionnel de recettes d'exploitation 2023 :

Chapitre 013 - Atténuation de charges :

Pas d'atténuation de charges RH identifiées à ce jour.

Chapitre 70 – Vente de produits :

Le potentiel de réservations groupes est prometteur mais le contexte économique (inflation) appelle à la prudence pour l'estimation du CA prévisionnel 2023 (prévision moindre qu'au BP 2022).

Chapitre 74 - Subventions :

L'élaboration du budget est contrainte par la diminution prévue de la subvention d'EPN -15 000 € vs 2022 soit -2,67%.

Entre 2019 et 2023, la subvention EPN a diminué en tout de près de 14% (soit -87 000 €).

Chapitre 75 – Autres produits de gestion courante :

La recette est proposée à hauteur de 175 000 € dont 169 000 € en prévisionnel pour la seule taxe de séjour 2023 (ne pas surévaluer l'estimation de la recette dans le contexte budgétaire des ménages).

F. P. ... DE L'EUROPE
24 FEV. 2023
ARRIVÉE

ANNEXE 1
DOB - Prévisionnel 2023

Depenses de fonctionnement en €	CA cumulé 2018	CA cumulé 2019	CA cumulé 2020	CA cumulé 2021	Budget voté 2022	Prévisionnel BP 2023	Evolution 2022 / 2023	Comparaison Prév 2023 / CA 2019
011 – Charges à caractère général	480 853,72 €	424 206,05 €	241 352,26 €	214 798,22 €	422 100,00 €	338 105,00 €	-20%	-20%
012 – Salaires & charges	588 134,39 €	606 433,51 €	544 681,45 €	454 651,39 €	581 066,68 €	594 900,00 €	2%	-2%
65 – Autres charges de gestion courante	24 485,00 €	17 080,75 €	92,34 €	14 713,09 €	13 000,00 €	500,00 €	-96%	-97%
66 – Charges financières	209,73 €	356,06 €	270,88 €	184,98 €	350,00 €	150,00 €	-57%	-58%
67 – Charges exceptionnelles	40 115,80 €	85 399,44 €	0,00 €	11 601,15 €	3 500,00 €	1 000,00 €	-71%	-99%
68 - Dotations amortissements dépréciations	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	24 000,00 €	0,00 €	-100,00%	
69 – Impôts sur les bénéfices et assimilés	0,00 €	0,00 €	993,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
022 – Dépenses imprévues	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	3 000,00 €	1 500,00 €	-50%	
042 – Opérations d'ordre transfert entre sections	24 981,35 €	32 851,80 €	32 851,80 €	35 231,00 €	30 086,00 €	22 345,00 €	-26%	-32%
D002 - Déficit reporté	0,00 €	20 156,24 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
Total TTC	1 158 779,99 €	1 186 483,85 €	820 241,73 €	731 179,83 €	1 077 102,68 €	958 500,00 €	-11%	-19%

Recettes de fonctionnement en €	CA cumulé 2018	CA cumulé 2019	CA cumulé 2020	CA cumulé 2021	Budget voté 2022	Prévisionnel BP 2023	Evolution 2022 / 2023	Comparaison Prév 2023 / CA 2019
013 – Atténuation de charges	1 120,38 €	6 737,48 €	26 205,12 €	7 016,52 €	7 666,00 €	237 500,00 €		-100%
70 – Ventes de produits	241 318,76 €	268 349,24 €	74 834,57 €	102 310,94 €	266 445,00 €	545 000,00 €	-11%	-11%
74 – Subventions	740 115,80 €	717 992,24 €	616 000,00 €	575 000,00 €	560 000,00 €	176 000,00 €	-3%	-24%
75 – Autres produits de gestion courante (TS, TR)	128 963,72 €	188 541,29 €	106 659,20 €	95 771,75 €	165 655,00 €	0,00 €	6%	-7%
77 – Produits exceptionnels	0,00 €	5 635,00 €	0,00 €	0,00 €	500,00 €	0,00 €		-100%
042 – Opérations d'ordre transfert entre sections	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
R002 – Report N-1	50 793,83 €	23 688,74 €	24 460,14 €	0,00 €	76 836,68 €	0,00 €		-100%
Total TTC	1 162 312,49 €	1 210 943,99 €	848 159,03 €	780 099,21 €	1 077 102,68 €	958 500,00 €	-11,01%	-20,85%

Dépenses d'investissement en €		CA 2018	CA 2019	CA 2020	CA 2021	Budget voté 2022	Prévisionnel BP 2023	Evolution 2022 / 2023	Comparaison Prév 2023 / CA 2019
13 - Subventions d'investissement		0,00 €	3 500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
1333 - plan d'aménagement d'ensemble		0,00 €	3 500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
16 - Emprunts et dettes assimilés		4 903,91 €	9 871,22 €	9 956,40 €	10 042,30 €	10 230,00 €	5 113,68 €	-50%	-48%
1641 - emprunt		4 903,91 €	9 871,22 €	9 956,40 €	10 042,30 €	10 230,00 €	5 113,68 €	-50%	-48%
21 - Immobilisations corporelles		73 962,37 €	0,00 €	0,00 €	4 272,00 €	20 000,00 €	8 000,00 €	-60%	
2181 - Installations et agencements		15 116,75 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	8 000,00 €		
2183 - matériel de bureau et informatique		58 845,62 €	0,00 €	0,00 €	4 272,00 €	20 000,00 €	0,00 €		
27 - Autres immobilisations financières		1 800,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
275 - dépôts de cautionnements versés		1 800,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
040 - Opérations d'ordre de transfert entre section		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
Total TTC		80 666,28 €	13 371,22 €	9 956,40 €	14 314,30 €	30 230,00 €	13 113,68 €	-57%	-2%

Recettes d'investissement en €		CA 2018	CA 2019	CA 2020	CA 2021	Budget voté 2022	Prévisionnel BP 2023	Evolution 2022 / 2023	Comparaison Prév 2023 / CA 2019
13 - Subventions d'investissement		3 500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
1333 - plan d'aménagement d'ensemble		3 500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
16 - Emprunts et dettes assimilés		50 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
1641 - emprunt Crédit Agricole		50 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
27 - Autres immobilisations financières		700,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
275 - dépôts de cautionnements versés		700,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €		
040 - Opérations d'ordre de transfert entre section		24 981,35 €	32 851,80 €	32 851,80 €	32 135,80 €	30 086,00 €	22 344,30 €	-26%	-32%
181 - installations générales, agencements et aménagements		10 925,00 €	11 404,00 €	11 404,00 €	11 404,00 €	11 404,00 €	6 321,68 €		
28183 - matériel de bureau et matériel informatique		14 056,35 €	21 447,80 €	21 447,80 €	20 732,00 €	18 682,00 €	16 022,62 €		
001 - Solde d'exécution de la section d'investissement repo		21 240,94 €	19 756,01 €	39 236,59 €	62 131,99 €	79 953,49 €		-100%	-100%
Total TTC		100 422,29 €	52 607,81 €	72 088,39 €	94 267,79 €	110 039,49 €	22 344,30 €	-80%	

PRÉFECTURE DE L'EURE

24 FEV. 2023

ARRIVÉE

ORIENTATIONS 2022-2024 & PLAN D' ACTIONS 2023

PRÉFECTURE DE L'EURE

Accueillir - Promouvoir - Animer - Coordonner
Ré enchanter - Ré approprier - Ré générer - Ré animer

24 FEV. 2023

ARRIVÉE

Axe stratégique 1 : Développer la notoriété du territoire et contribuer à son attractivité	
Objectif 1.1.	Valoriser le bien vivre et séjourner à EPN en Normandie
1	Mise en valeur et animation de l'offre d'hébergement et de restauration
2	Structuration et qualification de la base de données hébergeurs (recensement, visites, ...)
3	Qualification et accompagnement des hébergeurs et restaurateurs (labels, offres servicielles ou promotionnelles aux visiteurs...)
4	Expérimentation d'un outil d'assistance du.de la conseiller.e en séjour
	Renforcement du partenariat avec Gîtes de France (éducateur, qualification et valorisation de l'offre)
	Contribution à la valorisation du patrimoine (culturel, naturel, bâti...) et des équipements locaux
	Matérialisation de l'offre culturelle via un espace dédié dans les locaux du Comptoir
5	Développement d'animations/visites en coordination avec le projet de labellisation VAH
6	Elaboration d'un rallye de bourgs (proposition : Saint-André-de-l'Eure, La Couture-Boussey ?)
7	Développement d'un accueil dédié aux nouveaux habitants
8	Refonte de la journée d'accueil des nouveaux arrivants
9	Poursuite du partenariat Guichet Unique « allemands »
	Objectif 1.2.
	Partager l'offre de loisirs et de services du territoire
10	Promotion de l'offre événementielle, culturelle, sportive, etc...
11	Valorisation et accompagnement des événements phares du territoire en partenariat avec les structures porteuses
	Développement de partenariats avec les clubs sportifs du territoire (valorisation de l'offre)
12	Valorisation de l'offre de mobilité durable
13	Promotion de l'itinérance douce et de l'offre de services existante (Vélo, Cicerone...)
	Accompagnement de la qualification/animation des parcours de randonnée pédestre
14	Renforcement de la notoriété du Comptoir par le "hors les murs"
15	Présence délocalisée ponctuelles sur événements
16	Elaboration et opérationnalité d'un schéma d'information Comptoir des Loisirs (territoire EPN)
17	Développement des rencontres avec les représentants/interfoces des habitants (élus des communes, secrétaires de mairie)
18	Continuité des campagnes d'information grand public multi-canal
19	Mise en œuvre des préconisations issues du diagnostic des réseaux sociaux grand public (FB, Instagram) Mise en place d'un partenariat mensuel avec MTaVille (capter le grand public) Communication réseaux sociaux (FB, Instagram, publication d'articles on line, actus via mairies/Panneau Pocket)

Objectif 1.3.		Gagner en visibilité professionnelle à l'échelle régionale et nationale
20	Actions 2023	Ancrer Le Comptoir Des Loisirs dans les réseaux professionnels
21		<i>Adhésion/participation aux actions des réseaux institutionnels OT et commerce (OTN, CRT, ATD, ADT, ADN Tourisme, consulaires...)</i>
22		<i>Développement de partenariats avec les consulaires</i>
23		<i>Maintien/Développement de la présence médias</i>
24		<i>Présence digitale accrue vers les professionnels (asseoir la stratégie de publication LinkedIn)</i> <i>Témoignages dans la presse spécialisée Tourisme-Loisirs-Commerce, webinaires, tables-rondes salons etc...</i> <i>Présence salons professionnels Tourisme-Loisirs-CE</i>
Axe stratégique 2 : Donner à vivre le territoire		
Objectif 2.1.		Se positionner en partenaire de proximité des artisans, commerçants et prestataires du territoire
25	Actions 2023	Valorisation des savoir-faire vecteurs d'identité
26		<i>Commercialisation en boutique d'une gamme de produits locaux (et normands par extension) et/ou en circuits courts</i>
27		<i>Visibilité accrue du concept-store et de l'offre "Boutiques éphémères" (communication réseaux sociaux accentuée)</i>
28		<i>Valorisation des événementiels ou innovations "producteurs" (dans le cadre du PAT par exemple)</i>
29		<i>Quête d'une clientèle professionnelle "ambassadrice" de l'identité locale (entreprises, salariés via CE...)</i>
30		Renforcement des liens avec les artisans, commerçants, prestataires du territoire
31		<i>Confortement de la mission guichet unique, interface et facilitateur pour les commerçants, prestataires (Comptoir des Commerçants)</i>
32		<i>Promotion du Plan Commerce EPN</i>
33		<i>Contribuer aux initiatives communales et intercommunales (ex : MVA(C...))</i>
		<i>Avis aux communes, institutionnels dans le cadre des conventions Actions Cœur de Ville et Petites Villes de Demain</i> <i>Relai et appui aux animations portées par les communes (1 action phare/trimestre)</i>
Objectif 2.2.		Faire de l'expérience client une marque de fabrique
34	Actions 2023	Mise en scène et "gamification" de l'offre artisanale, touristique et de loisirs
35		<i>Proposition de visites thématiques, rallies, visites contées, découvertes de savoir-faire, balades pleine nature...</i>
36		<i>Rédaction d'articles (print, web...) en lien avec les socio-professionnels (portraits, témoignages, anecdotes...)</i>
37		<i>Confortement des visites/animations à supports "expérientiels" (offre de rallye étudiant, offres dédiées aux visiteurs handicapés)</i>
38		<i>Expérimentation d'un parcours géocaching pour les visiteurs et habitants (balade rurale 2.0)</i>
39		Renforcement du rôle d'apporteur d'affaires du Comptoir pour générer des retombées économiques
40		<i>Qualification et professionnalisation de la connaissance de l'offre existante (visites terrain, salons, festivals...)</i>
41		<i>Animation des professionnels pour une montée en gamme et une visibilité de l'offre (et partenariats privés à développer)</i>
42		<i>Impulsion d'une animation des professionnels à fédérer autour du "Jaune d'Evreux" (accompagnement projet Cathédrale)</i>
43		<i>Déploiement d'une offre de circuits/séjours pour individuels, mini-groupes et groupes "motards"</i> <i>Repositionnement d'une stratégie MICE en lien avec les professionnels</i> <i>Intégration continue de prestataires à la place de marché</i>

Rouge

Action nouvelle

Orange

Action révisée

24 FEV. 2023

ARRIVÉE

PRÉFECTURE DE L'EURE

ANNEXE 3

RICHESSE HUMAINE DU COMPTOIR DES LOISIRS

COMPTOIR DES LOISIRS

24 FEV. 2023

ARRIVÉE



Indicateurs sociaux au 31/12/2022 :

12 personnes soit 11,33 ETP.

Répartition par sexe	Hommes	25%	Femmes	75%
Ancienneté moyenne	7,7 ans			
Age moyen	41,8 ans			
Typologie des emplois	Cadres : 2 / Agents de maîtrise 5 / Employés 5			

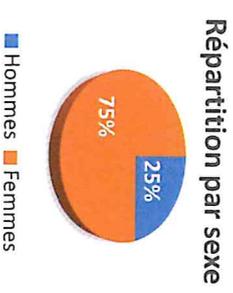


Tableau des effectifs au 31/12/2022 :

Postes au 01/09/2022	Echelon CCN n°3175	Indice CCN n°3175	Type de contrat
1 Directeur(trice)	3.1	2557	MAD CDD droit public temps complet
2 Adjoint(e) de direction	2.3	1940	CDI temps complet
3 Comptable	2.3	1940	CDI temps partiel (83%)
4 Assistant(e) administratif(ve) et commercial(e)	1.3	1550	CDI temps complet
5 Animateur(trice) Commerce	2.1	1940	CDI temps complet
6 Animateur(trice) Commerce	1.3	1520	CDD temps complet
7 Responsable Accueil & Boutique	2.3	1829	CDI temps complet
8 Guide Quadrilingue / Conseiller(ère) en séjour	2.2	1805	CDI temps complet
9 Conseiller(ère) en séjour	1.3	1824	CDI temps partiel (50%)
10 Conseiller(ère) en séjour & réseaux sociaux	1.3	1520	CDI temps complet
11 Conseiller(ère) en séjour	1.1	1400	Contrat d'apprentissage (vacant)
12 Conseiller(ère) en séjour	1.2	1460	CDI temps complet
13 Chargé(e) de commercialisation	2.1	1760	CDI temps complet

