

# Conseil d'Administration OTMLM

8 septembre 2017



## Ordre du jour

- ▢ 1<sup>er</sup> bilan année 2017
- ▢ 1<sup>eres</sup> recommandations pour 2018

# \* 1<sup>er</sup> bilan 2017



# ACCUEIL & INFORMATION

- ▶ **603 jours d'ouverture cumulés**  
*(- 30 j. sur l'antenne du Monastier, - 20 sur St-Julien et - 15 sur Les Estables)*
- ▶ **16 000 personnes accueillies au 1<sup>er</sup> septembre**  
*(une fréquentation une fois encore en légère hausse par rapport à la moyenne cumulée des 5 dernières années, malgré 3 mois de fermeture cumulé )*
- ▶ **Près de 3000 GH & 7000 GP et CT diffusés**
- ▶ **Une qualité d'accueil perfectible**  
*(rotation trop importante du personnel d'accueil, 3 personnes nouvelles cette année)*



# COMMUNICATION & PROMOTION

- Participation au **salon de la randonnée (Lyon)** et au **Roc d'Azur (Fréjus)**
- 146** publications Facebook  
*(un gain de près de 1200 fans)*
- 22 000** visiteurs sur [www.mezencloiresauvage.com](http://www.mezencloiresauvage.com)  
*(une diminution de fréquentation de 25% par rapport à 2016 et de 30% par rapport 2015)*



# AIMATION RESEAU

- **110** prestataires rencontrés sur sites  
*(dont 40 sur le Meygal )*
- **5** groupes de travail  
*(Activités, Nature, Culture, Terroir, Restaurateurs/Hébergeurs)*



# BILAN FINANCIER

- ▣ Une exercice comptable certainement déficitaire...



## POINT de SITUATION RH (5,5 ETP)

### ➤ Au 01/06/17:

3 CDI à temps plein, 2 contrats aidés (1,8 ETP) et 1 contrat d'apprenti. à mi-temps et 1 saisonnier (0,2 ETP)

### ➤ Au 01/10/17 (perte de 0,5 ETP + saisonnier)

2 CDI à temps plein, 1 CDI à mi-temps, 2 contrats aidés et 1 contrat de pro. à mi-temps.

### ➤ Au 12/17

Fin d'1 contrat aidé

### ➤ Au 09/18 puis 12/18

Fin du contrat de pro. puis du second contrat aidé

**\* 1<sup>eres</sup> préconisations  
pour 2018**





# ACCUEIL & INFORMATION

- ▶ **Réduire en quantité pour gagner en qualité**
  - Réduire la taille de l'équipe d'accueil (passage de 3,5 à 3,2 ETP)
  - Pérenniser 2 postes (transformer 2 contrats aidés en CDI)
  
- ▶ **Harmoniser les antennes d'accueil dans une logique territoriale**
  - Faire l'acquisition d'une PLV commune



# COMMUNICATION & PROMOTION

## ➤ Sortie du nouveau site internet

*(Faire de ce nouvel outil le socle de la stratégie de l'OT : mise à jour régulière, envoi de newsletter/e-letter pro, résa en ligne, pakaging, référencement payant...)*

## ➤ Reconduction des brochures

## ➤ Réflexion autour d'une stratégie de marque

*(Gain d'une meilleure visibilité du territoire sur les marchés et appropriation de la stratégie par les professionnels du tourisme)*

# PRECO BUDGETAIRE

## ▣ Fonctionnement

MS composée de 5,2 ETP permanents : **174 k€**

Dépenses courantes : **25 k€**



*« Un besoin en financement  
de 110 k€\* »*

« TS : 60 k€, Adhésions/services : 17 k€, commissionnement : 9 k€, vente éditions : 3 k€ »

# PRECO BUDGETAIRE

## Investissement

Brochures touristiques : **12 k€**

Participation OP terrain : **1 k€**

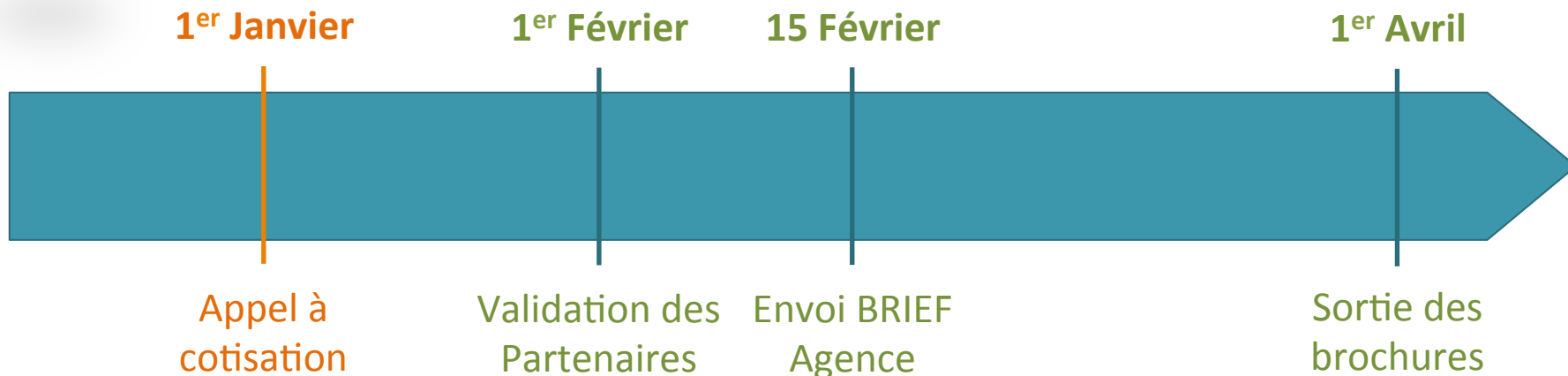
Une solution pertinente pour développer nos services sur le web : **6,4 k€ HT**

Mobilier et PLV : **2 k€**

Accompagnement BE stratégie marque : **5 k€ (si LEADER)**



# CALENDRIER



« Un besoin de validation budgétaire au plus tard au 1<sup>er</sup> janvier »