

## **OFFICE DE TOURISME DE SETE**

### **Comité de Direction du 30 mars 2011**

### **Compte rendu**

Le vice président, Francis HERNANDEZ, ouvre la séance à 10 H 45 et sollicite l'approbation du compte rendu de la réunion précédente (26 janvier 2011) ce qui est fait à l'unanimité.

Il présente Philippe FOUGERES et Igor PUPI désignés par l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie pour remplacer Madeleine DURAND et Patrice DORIGNÉ, sortants.  
Le comité de Direction approuve à l'unanimité cette nouvelle désignation.

Le vice président demande aux membres du Comité de Direction d'approuver le compte administratif 2010 lequel dégage un excédent de 153 395 euros, d'adopter le compte de gestion concordant et conforme aux règles de comptabilité publique, d'affecter les résultats au compte administratif 2011 et, enfin, de porter les résultats au budget supplémentaire de l'exercice 2011 selon une répartition prévisionnelle d'actions.

Le rapport financier détaillé a été adressé préalablement aux membres.

Le vice président, Francis HERNANDEZ, souligne la gestion rigoureuse et prudente de l'Office de Tourisme, en particulier en raison de l'incertitude des recettes de taxe de séjour et de vente de services, constate des résultats en augmentation pour les ventes dans un contexte pourtant difficile et souligne la similitude du report par rapport aux années précédentes.

Les délibérations relatives à la présentation du compte d'exploitation 2010 sont approuvées à l'unanimité.

Le vice président demande au directeur de bien vouloir présenter la stratégie marketing pour la promotion 2011 engagée par l'Office de Tourisme.

Gilles PANNÉ présente succinctement le document complet distribué à chaque membre avant la séance.

Document qui précise l'objectif principal (étaler la fréquentation toute l'année), les étapes successives depuis 2003, la méthode et les supports.

Il précise que les axes de promotion proposés correspondent précisément aux recommandations faites par le cabinet conseils Protourisme dans le cadre de la mise à jour du Schéma de Développement Touristique.

Ainsi, la gamme éditoriale est conservée dans son ensemble de même que la charte graphique, quelques ajustements étant cependant prévus. Les publications seront numérisées pour en faciliter le téléchargement.

Car Internet sera le support de promotion quasi exclusif, les sites web de l'Office de Tourisme seront développés avec une présentation plus commerciale des informations, des liens de réservation directe, des avis de consommateurs et des jeux concours pour en accélérer la fréquentation.

Le relationnel avec la presse constituera l'autre volet essentiel de la promotion avec une nouvelle rédaction des dossiers de presse et le remplacement d'un départ par une compétence spécifique de journaliste.

A noter que la maîtrise budgétaire impose de faire des choix, les insertions publicitaires ayant été nettement limitées compte tenu d'un impact jugé insuffisant. Seuls, les opportunités d'échanges de produits (ex. : France Bleu Hérault), les achats de contenu (ex : Cabotages, Vent Sud) et la diffusion de flyers sur les lieux de séjour (ex : réseau Totem de l'Info) seront privilégiés.

De même, les partenariats possibles avec les grandes destinations voisines seront recherchés (Agde/Cap d'Agde, Montpellier...).

Enfin, la promotion partagée, notamment au sein du pays de Thau et avec Hérault Tourisme, constituera un moyen d'augmenter la visibilité de la destination Sète sur les marchés touristiques.

Concernant plus précisément les brochures, Valérie DOUMAYROU suggère de les publier plus tôt dans l'année afin qu'il n'y ait pas d'informations contradictoires avec les nouveaux tarifs proposés par les professionnels, notamment dans l'hébergement.

Le plan marketing et de promotion 2011 ainsi présenté est approuvé à l'unanimité par les membres du Comité de Direction.

Le vice président expose les raisons qui prévalent à l'installation d'une antenne saisonnière de l'Office de Tourisme : 4 à 5 000 touristes en séjour susceptibles, éloignés de Sète mais susceptibles de consommer davantage si on leur propose sur place.

Celle-ci sera ouverte les trois premiers jours de la semaine de juin à septembre et disposera d'une installation technique complète (terminal de carte bancaire, billetterie spectacles et loisirs...).

Ce projet est approuvé à l'unanimité.

Il propose que l'Office de Tourisme sollicite une immatriculation au registre des agents de voyage et autres opérateurs. En effet, la nouvelle loi relative à la modernisation de la réglementation des professions du tourisme a été simplifiée avec une seule procédure d'immatriculation commune à tous les opérateurs mais elle recouvre dorénavant aussi des activités de l'Office de Tourisme comme les coupons d'hébergement inclus dans les coffrets cadeaux, les chèques restaurant ou encore le City Pass.

L'Office de Tourisme doit donc se mettre en règle, s'inscrire sans délai à ce registre et prévoir une garantie financière de 30 000 euros obligatoire pour les offices de tourisme.

Les professionnels présents tiennent à s'assurer que l'Office de Tourisme ne cherchera pas à concurrencer les agences de voyages réceptives en exercice à Sète, le vice président les rassurant immédiatement de ce point de vue.

La proposition est ainsi validée à l'unanimité.

Le vice président annonce que la Ville a demandé à l'Office de Tourisme, plus rapide administrativement et compétent dans le domaine du développement touristique, de faire une offre d'achat d'une licence IV actuellement saisie par les services fiscaux de l'Hérault pour dette restant à recouvrer.

Il explique qu'il s'agit de l'installer au théâtre de la mer pour mieux maîtriser l'installation de buvette lors des festivals, régulariser des situations parfois équivoques et améliorer la qualité des prestations.

Cette licence sera louée aux prestataires intervenant sur le site.

Un débat s'engage au cours duquel la profession hôtelière fait part de son inquiétude vis-à-vis de l'intervention publique qui risque de concurrencer l'activité commerciale existante en ville et de ne pas s'inscrire dans l'incitation à la modération dans la consommation d'alcool dans les lieux publics.

Cette proposition est adoptée à la majorité, Françoise APICELLA et Patrick THOURAILLE votant contre et Philippe FOUGERES s'abstenant, tous les trois en qualité de représentant de leur organisation professionnelle, l'UMIH Sète/Bassin de Thau.

Francis HERNANDEZ sollicite d'ajuster le forfait kilométrique du véhicule de fonction de l'Office de Tourisme à l'utilisation effective, soit 120 000 kilomètres pour trois ans au lieu de 105 000 prévu dans le contrat initial.

Cette proposition est adoptée à l'unanimité.

Le vice président annonce que notre responsable actuelle du service Promotion/Presse a choisi un nouvel itinéraire personnel et professionnel à partir du mois de juin prochain et qu'il convient donc de la remplacer.

Pour se conformer aux recommandations stratégiques établies lors de la mise à jour du Schéma de Développement par le cabinet conseils Protourisme, une réorganisation fonctionnelle des services a été accomplie et le remplacement sera ainsi effectué en privilégiant le relationnel avec la presse.

Pour des raisons d'adaptation au budget disponible et compte tenu des charges supérieures en droit privé par rapport à celle d'un agent fonctionnaire, le poste sera pourvu à temps partiel (80 heures mensuelles).

Francis HERNANDEZ explique qu'une annonce a été effectuée dans la presse professionnelle du tourisme et que 6 candidatures ont été reçues, l'une d'entre elle correspondant parfaitement à nos besoins et possibilités.

Les membres du Comité de Direction apprécient la démarche et approuvent à l'unanimité ce principe de recrutement à temps partiel et à durée indéterminée.

Le vice président invite les membres du Comité de Direction à désigner un nouveau suppléant à la Commission d'Appels d'Offres et de Délégation de Service Public en remplacement de Madeleine DURAND, sortante.

Seul candidat, Philippe FOUGERES est désigné à l'unanimité pour cette fonction aux côtés de David COSTE, membre titulaire.

Le vice président explique que le directeur a du engager une procédure de licenciement à l'encontre d'Irena MILOSEVIC laquelle a fait l'objet d'un avis d'inaptitude définitive à la reprise du travail par le médecin agréé et n'a pas donné suite à la proposition de reclassement faite selon les obligations de l'employeur.

Regrettant que l'Office de Tourisme soit obligé d'engager une telle action, il invite néanmoins les membres à autoriser le directeur, seul responsable légal en la matière pour l'EPIC, à poursuivre et à conclure la procédure ainsi qu'à procéder au versement des indemnités dues en la circonstance.

Cette démarche est approuvée à l'unanimité.

Francis HERNANDEZ demande aux membres l'autorisation de modifier l'acte constitutif de la régie de recettes en vue d'inclure de nouvelles prestations, notamment pour la location de matériel pour enfants avec dépôt de caution et pour la vente de certains produits par Internet comme la billetterie de spectacles ou de loisirs, et en raison de l'installation de nouveaux point d'information et de services (camping du Castellas, terminal de croisières, théâtre de la mer).

De même, le vice président demande l'autorisation de modifier l'acte constitutif du règlement intérieur afin d'intégrer de nouvelles activités commerciales relatives à l'acquisition possible d'une licence de débit de boissons et à l'immatriculation au registre des agents de voyages et autres opérateurs touristiques.

Cette proposition est acceptée à l'unanimité.

Le vice président fait lecture des décisions prises par le directeur dans le cadre de sa délégation de compétences depuis le précédent Comité de Direction et rappelle que le directeur tient à disposition tous les éléments nécessaires à l'Office de Tourisme pour les membres qui souhaiteraient davantage de précisions.

Sans questions diverses, il demande à Christophe ANDRÉ, directeur de l'agence SEDICOM, de bien vouloir présenter la nouvelle gamme éditoriale de l'Office de Tourisme et la stratégie qui la conduit.

En particulier, conformément aux conseils du cabinet Protourisme, la panoplie de brochures a été conservée dans son ensemble, Sedicom n'ayant procédé qu'à quelques ajustements (nouveau guide hébergement, fusion de la brochure d'appel avec le mini magazine 100 % Essentiel notamment).

De même la charte graphique n'a pas été bouleversée, faisant l'objet de quelques retouches pour la moderniser (introduction de nouvelles couleurs de couverture pour éviter les confusions entre dépliant, intégration de QR code pour renvoyer sur des informations supplémentaires en ligne, ajout de nouveaux personnages...).

SEDICOM insiste sur le virage pris vers le numérique avec des facilités de téléchargement des brochures sur Internet, des applications nouvelles pour les utilisateurs de téléphone mobile et pour les écrans tactiles qui seront prochainement installés à l'Office de Tourisme.

Les membres du Comité de Direction tiennent à confirmer l'impression de qualité et de professionnalisme qui se dégage de cette stratégie éditoriale.

L'ordre du jour étant épuisé, le vice président, Francis HERNANDEZ, remercie particulièrement Madame CHICHEPORTICHE, propriétaire de l'hôtel Orque Bleue qui accueillait la réunion ainsi que les membres du Comité de Direction pour leur présence active.

Il lève la séance à 12 H 15.