



RAPPORT D'ACTIVITÉS

2020



OFFICE DE TOURISME DE L'ALSACE BOSSUE

90 rue Principale

67430 LORENTZEN

Tél : 03 88 00 40 39

Mail : tourisme@alsace-bossue.net

www.tourisme.alsace-bossue.net

SOMMAIRE

Préambule

A. Fonctionnement général de l'association

1. Le conseil d'administration
2. La comptabilité
3. Les salariés permanents
4. Le personnel saisonnier

B. Bilan touristique

1. Contexte international
2. Contexte national
3. Dans le Grand Est
4. En Alsace
5. En Alsace Bossue
 - a. L'accueil, cœur de métier de l'Office de Tourisme
 - Le système d'information touristique ALSACE
 - L'exposition « Secrets de Paysages »
 - Balades en barques sur la Sarre
 - Locations de vitrines
 - Locations de vélos
 - b. Promouvoir
 - Les éditions
 - Le site internet
 - Newsletter
 - Application mobile
 - Outil statistique LEI
 - Offre famille
 - Réseaux sociaux
 - Opérations de promotion
 - c. Commercialiser
 - Groupes
 - Boutique
 - d. Animation/Coordination des acteurs
 - Sorties estivales
 - Actions thématiques
 - e. Relations partenaires
 - Newsletter pro
 - Guide du partenaire
 - Tournée de diffusion
 - Animation du réseau des correspondants tourisme
 - Animation numérique de territoire

C. Bilan financier

Préambule

L'Office de Tourisme de l'Alsace Bossue est une structure associative créée en mai 2001. Il assure les missions suivantes :

- L'accueil et l'information touristique sur le territoire de l'Alsace Bossue
- La promotion touristique du territoire en cohérence avec l'action de Alsace Destination Tourisme (ADT) et de l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est (ARTGE)
- La coordination des acteurs locaux
- La commercialisation de services touristiques

Il assure l'accueil des visiteurs dans le bureau d'information touristique (BIT) situé dans la Grange aux Paysages à LORENTZEN. Un deuxième BIT a été créé en août 2020 au CIP la Villa à Dehlingen.

A. Fonctionnement général de l'association

1. Le Conseil d'Administration

L'Office de Tourisme est administré par un conseil d'administration composé de 24 personnes au maximum (de 15 à 19 socio-professionnels et 5 élus).

Les différents acteurs de l'activité touristique sont représentés : campings, meublés, restaurants, commerçants et artisans, associations.

L'équipe de l'Office de Tourisme, sous l'égide du directeur, a en charge la mise en œuvre des décisions prises par le conseil d'administration.

Dany Heckel en est le Président depuis 2018.

2. La comptabilité

La gestion comptable de l'association est assurée par le cabinet comptable FIBA SAS. Il gère en outre les aspects fiscaux, sociaux et l'édition des paies.

3. Les salariés permanents

L'effectif du personnel permanent est actuellement de 3 personnes. L'accueil et les missions diverses sont gérées par une responsable accueil, chargée des relations partenaires à temps plein, une chargée de promotion et de commercialisation et une conseillère en séjour chargée du patrimoine qui a également pour mission la gestion des réservations et la logistique du Moulin, l'hébergement collectif de la Grange aux Paysages, lors de l'accueil de classes ou de groupes.

4. Le personnel saisonnier

Au vu du contexte sanitaire de 2020 et de la baisse de fréquentation qui était prévisible, l'Office de tourisme n'a pas embauché de saisonnier à l'été 2020.

B. Bilan touristique 2020

1. Le contexte international

Selon le baromètre OMT du Tourisme mondial, le total des arrivées de touristes internationaux a chuté de 72 % au cours des dix premiers mois de 2020, en raison des restrictions sur les voyages, de

la lutte mondiale pour contenir la pandémie de COVID-19, et conduit à la pire année jamais enregistrée dans l'histoire du tourisme.

Selon les toutes dernières données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), les destinations ont accueilli 900 millions de touristes internationaux de moins entre janvier et octobre par rapport à la même période en 2019. Cette situation se traduit par une perte de 935 milliards de dollars de recettes d'exportation du tourisme international, soit plus de dix fois la perte enregistrée en 2009 sous l'impact de la crise économique mondiale.

2. Le contexte national

Même si la crise sanitaire liée au Covid-19 a durement affecté les acteurs du tourisme du fait des restrictions d'activité mises en place pour lutter contre l'épidémie, les chiffres estivaux 2020 enregistrés ont été meilleurs que ceux prévus avant l'été.

La France a ainsi mieux résisté que ses voisins, notamment l'Italie et l'Espagne, mais les résultats constatés y restent inégaux selon les territoires et les filières. Si l'absence de la clientèle internationale n'a pu être intégralement compensée, ces résultats globalement satisfaisants ont pu être obtenus grâce :

- à une mobilisation du marché domestique. 53 % des Français sont partis en juillet et août ; 94 % des partants sont restés en France ;
- à la venue d'une clientèle européenne de proximité (notamment belge, néerlandaise et allemande) ;
- à la qualité et à la diversité de l'offre française, qui a permis à de nombreuses destinations d'attirer des clientèles à la recherche de nature, d'espaces et de loisirs ;
- à une active campagne de promotion de la destination France inaugurée le 19 juin par Atout France (« Cet été, je visite la France »).

D'après les premières estimations d'Atout France, les pertes potentielles de recettes touristiques globales pour l'année sont estimées entre 50 et 60 Milliards d'euros, soit une baisse comprise entre 30 et 35 % de la consommation touristique annuelle.

3. Dans le Grand-Est

En juillet et août 2020, le nombre de nuitées enregistrées dans les hôtels de la région est 30 % plus faible que celui des mêmes mois de 2019, soit le repli le plus important après l'Île-de-France. Il rechute à - 38 % en septembre. L'hôtellerie a été particulièrement affectée par le manque de fréquentation des touristes non-résidents. Les départements alsaciens sont les plus touchés, tandis que les Vosges s'en sortent mieux.

4. En Alsace

L'Alsace a été particulièrement impactée par la situation sanitaire. Alors qu'elle espérait un rapide retour à la normale au courant de l'été, et misait sur une fin d'année plus rassurante, la deuxième vague a causé l'annulation des traditionnels marchés de Noël.

5. Bilan de la saison 2020 en Alsace Bossue

Cette année 2020 aura été exceptionnelle à tous points de vue. Le tourisme et la restauration ont été des secteurs très impactés par le coronavirus. Les fermetures administratives successives liées au coronavirus, tant pour les hébergeurs, les restaurateurs, les commerces, les sites, les offices de tourisme ont entraîné une baisse d'activité économique.

ACCUEILLIR

a. L'ACCUEIL, cœur de métier de l'Office de Tourisme

L'accueil au sein de l'Office de Tourisme s'entend sous toutes ses formes : accueil physique, accueil téléphonique et accueil numérique (via le site web ou les réseaux sociaux).

Le personnel d'accueil est qualifié : 3 langues parlées, parfaite connaissance du territoire.

Un hotspot WIFI gratuit est installé au point accueil de l'Office de Tourisme à LORENTZEN.

L'accueil du public à l'Office de Tourisme de l'Alsace Bossue a été fortement perturbé en 2020, du fait de la pandémie de Covid-19. Comme beaucoup d'autres structures, l'Office de tourisme a fermé ses portes le 17 mars 2020 pour les rouvrir le 16 juin 2020 avec un protocole sanitaire renforcé. L'Office de tourisme a également fermé ses portes au public au mois de novembre 2020, lors du deuxième confinement. L'Office de tourisme aura été ouvert 156 jours au total en 2020.

9976 nuitées ont été déclarées par les hébergeurs – le nombre de nuitées déclarées par les opérateurs numériques (Air'b'nb, Abritel, Booking, etc.) n'est pas connu. Au total, 11318,81€ de taxe de séjour ont été collectés en 2020.

Malgré le contexte sanitaire et la fermeture des établissements une partie de l'année, le montant de la taxe de séjour pour 2020 n'enregistre qu'une faible baisse par rapport à 2019 : -11,64%.

A noter que la collecte directe des hébergeurs est en baisse (-31,5%) et celle des opérateurs numériques en hausse (+22,9%).

Nombre de demandes d'informations traitées : 1047 (-50%)

- Dont 43 % en haute saison (juillet et août)
- Dont 20 % en juin et septembre

En 2020, les demandes ont été majoritairement formulées par téléphone (51%). **93,5 % de demandes françaises dont,**

- 60 % sont bas-rhinoises (+5,5%)
- 23 % sont mosellanes,
- 1,5 % sont haut-rhinoises
- 1,3 % de Meurthe-et-Moselle

6,5 % de demandes d'étrangers, en baisse de 3,5%,

- 51,5 % d'Allemands (baisse de 17,5%)
- 21% de Belges (+10%),
- 18 % de Néerlandais (+11,5%)
- 3 % de Suisses,
- Mais également des demandes émanant du Royaume-Unis, du Luxembourg ou des Etats-Unis

Type de demandes :

- les activités en général : 51%
- la Grange aux paysages : 17% (+3%)
- la boutique : 15% (+4%)
- les sites à visiter : 13% (+6%)
- l'offre cyclo (location ou circuits) : 12% (+5%)
- le CIP La Villa : 11%
- les barques : 6,5% (-12,5%)
- l'hébergement : 6% (-2,5%)

- les restaurants : 5% (-3,5%)
- la randonnée : 4% (+1,5%)
- les manifestations locales : 3% (-4%)

b. Le système d'information touristique ALSACE



Véritable base de données des offices de tourisme alsaciens, le système d'information touristique constitue la colonne vertébrale de l'information touristique. Près de 1600 fiches éditées et gérées par l'Office de Tourisme, alimentent non seulement le site internet de l'Office de Tourisme mais également plus de 200 autres sites internet (mairies, communauté de communes, institutionnels, agendas,...). Les principaux sont :

- www.tourisme-alsace.com ; www.alsace-en-famille.com ; www.alsaceavelo.fr; www.noel.tourisme-alsace.com; www.massif-des-vosges.com, www.liesel.alsace

c. L'exposition Secrets de paysages



L'exposition « Secrets de Paysages », installée dans la Grange aux paysages et qui constitue une introduction au territoire de l'Alsace Bossue, est accessible gratuitement aux horaires d'ouverture de l'Office de Tourisme. 133 visiteurs ont été comptabilisés en 2020, soit -81%/2019. Ce chiffre s'explique par le contexte sanitaire, la fermeture de l'Office de Tourisme et de la Grange aux Paysages, l'absence d'accueil de classes, la suppression de nombreuses manifestations (Festival des Paysages, animations réseau château-forts et citées fortifiées,...)

d. Balades en barques sur la Sarre

L'activité des balades en barque sur la Sarre n'a pas été maintenue pour 2020, en raison de la situation sanitaire.

e. Locations de vitrines



Des vitrines sont proposées à la location aux prestataires touristiques du territoire afin de faire la promotion de leurs activités ou produits. En 2020, compte-tenu de la fermeture de l'Office de tourisme durant 3 mois au printemps et 1 mois à l'automne, le Conseil d'administration a décidé de ne pas facturer les mois soumis à la fermeture. 13 trimestres de location ont été enregistrés en 2020. Les recettes liées à ces locations enregistrent de ce fait une légère baisse : 487,50 € (-21 %).

f. Locations de vélos

La Communauté de Communes dispose d'un parc de location de vélos à LORENTZEN :

- 13 vélos classiques
- 7 vélos à assistance électrique

22 locations de vélo ont été enregistrées en 2020, soit une baisse de 88 % (régie de recettes de la Communauté de Communes de l'Alsace Bossue) et se décomposent de la manière suivante :

- 10 locations de vélos classiques
- 12 locations de vélos à assistance électrique

De nombreuses demandes de location ont été orientées vers un loueur privé du territoire qui a créé son activité en 2020.

PROMOUVOIR

La promotion de l'Alsace Bossue est une des missions prioritaires de l'Office de Tourisme.

Développer notre présence sur les réseaux sociaux, accroître la fréquentation du site internet et la visibilité des partenaires sont autant d'actions menées par l'Office de Tourisme de l'Alsace Bossue tout au long de l'année. L'Office de Tourisme s'inscrit également dans des actions de promotion portées par Alsace Destination Tourisme à l'échelle de l'Alsace.

a. Les éditions

À l'heure du numérique, l'édition de supports papier demeure indispensable, en amont de la préparation de son séjour mais aussi pendant le séjour. Cependant, la digitalisation et la numérisation de l'information s'est accélérée avec la crise sanitaire en 2020. Il constitue de véritables enjeux pour développer la fréquentation et ainsi répondre à une clientèle de plus en plus connectée.

Deux objectifs :

- Relayer l'information du territoire
- Donner envie aux visiteurs de « consommer » en Alsace Bossue et d'y revenir

Les supports de communication sont édités afin de présenter aux visiteurs les différents atouts touristiques de l'Alsace Bossue. Un soin particulier est également apporté aux outils mis à la disposition des professionnels pour bien relayer l'information touristique. En effet, chaque commerce, chaque hébergeur est un « relais » de l'office de tourisme pour les visiteurs qui ne franchissent pas toujours les portes des bureaux d'information.

Les éditions 2020 :

- Le calendrier des manifestations locales mensuel, joint dans la newsletter et imprimé à la demande
- Le calendrier des visites et sorties mis à disposition au format numérique
- Partenariat avec les Offices de Tourisme de l'Alsace du Nord pour la création d'une brochure "20 escapades en toute liberté au nord de l'Alsace"
- La brochure groupe imprimée en interne (à la demande)
- Le dépliant Journées du patrimoine au format numérique
- Catalogue Noël boutique

- Escapades estivales



b. Site internet

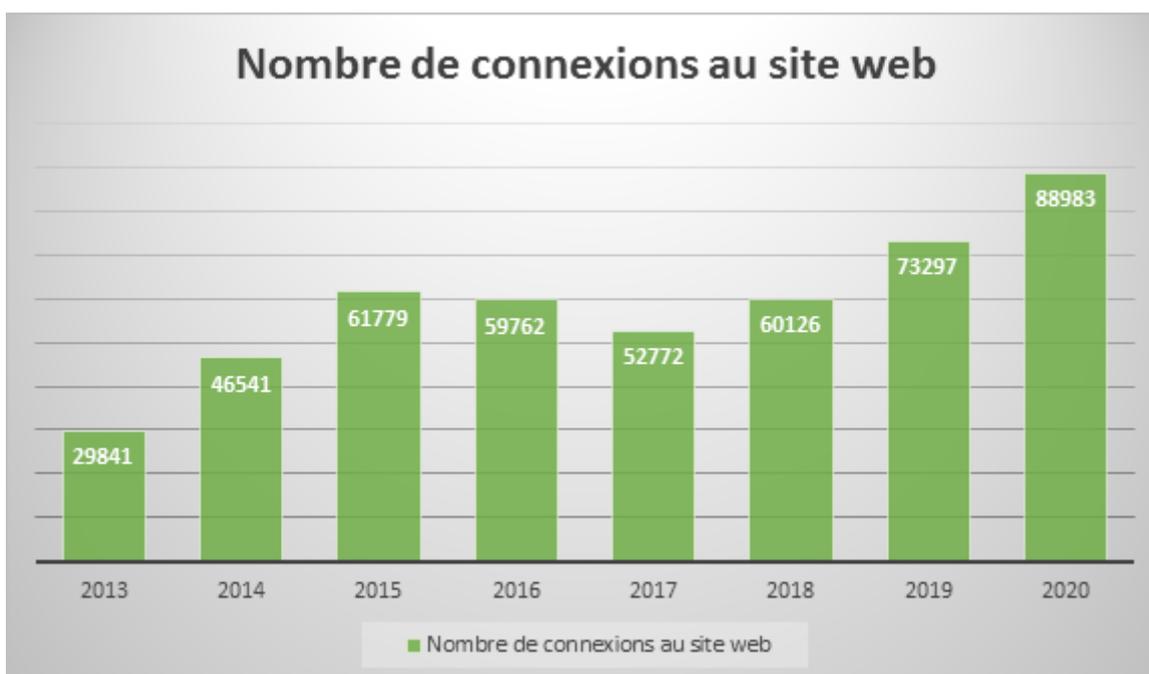
88 983 visites ont été comptabilisées en 2020, soit une hausse de 21% par rapport à 2019. Les confinements successifs en 2020 ont confirmé l’engouement du web et des réseaux sociaux. Ils ont permis d’entretenir un lien avec les habitants et visiteurs potentiels.

92 % des consultations sont des nouveaux visiteurs (86% en 2019). Le pic de fréquentation a été enregistré le 18 juillet 2020 avec 5724 connexions, (semaine riche en médiatisation: sponsoring Facebook et article dans DNA pour la brochures des estivales) le nombre de connexions journalières se situant habituellement entre 150 et 200 ! Un second pic de fréquentation a été enregistré le 21 août suite à une publication Facebook liée à la carte des producteurs.

92 % des internautes sont français (+11,5%). Les Etats-Unis constituent cette année la première clientèle étrangère (3,5%, -3% par rapport à 2019), suivis par les Allemands (3%, -4% par rapport à 2019) , la Suisse et la Belgique (0,5 %). Dans une moindre mesure, des internautes du Luxembourg, des Emirats-Arabis Unis, de la Chine et du Royaume-Uni.

Alors que les rubriques Agenda et restauration ont toujours été les plus consultées les années précédentes, l’année 2020 aura été davantage axée sur les sorties en autonomie et en toute liberté ainsi que les produits du terroir. Les rubriques “Escapades estivales”, agenda, randonnées et produits terroir ont été les plus consultées sur le site Internet, après la page d’accueil.

Avec l’essor des smartphones et tablettes, 55,5 % des connexions ont été effectuées via les appareils mobiles (+ 3,5 % par rapport à 2019). Et cette tendance va encore s’accélérer.



Application mobile

L'application Alsace Bossue Tour mise en ligne en juillet 2011 comptait 12816 téléchargements au 7 décembre 2020, date à laquelle le contrat a été résilié.

114 téléchargements ont été opérés en 2020 (contre 457 en 2019).

Le choix s'est porté sur l'amélioration du site internet, développé en web responsive et donc adapté aux tablettes et aux smartphones.

Outil statistique LEI

Il a été mis en place en 2016. Cet outil permet de quantifier les fiches LEI les plus consultées sur le site internet de l'Office de Tourisme www.alsace-bossue.net, ainsi que sur les sites régionaux (www.tourisme-alsace.com ; www.alsace-en-famille.com ; www.alsaceavelo.fr ...)

A l'échelle des 5 sites régionaux, voici le top 5 en Alsace Bossue :

1. Vélorail du Pays Secret : 5248 vues
2. Parc Nature de Cheval : 588 vues
3. Les survols en montgolfière « Weyer ballon » : 569 vues
4. Cabane dans les arbres Keskastel : 546 vues
5. Marché de Noël gastronomique et artisanal de Sarre-Union : 454 vues (événement finalement annulé)

Plus largement, 398 fiches LEI remplies par l'Office de tourisme de l'Alsace Bossue ont été visionnées sur les 5 sites régionaux 19 802 fois, ont donné suite à 818 clics vers les sites web de nos prestataires, ont donné lieu à 1399 envois de mails directs à nos prestataires.

Deux pages se sont particulièrement démarquées dans leurs catégories : Le vélorail du Pays Secret est 3ème du top 15 dans la catégorie événements, sorties (derrière Batorama et l'exposition de minéraux à Ste Marie aux Mines). Les Cabanes dans les arbres de Keskastel se classent en 6ème position pour la catégorie chambres d'hôtes.

Newsletters

10 newsletters ont été générées et envoyées en 2020 à 1239 personnes (+1%). L'envoi mensuel permet de communiquer sur les événements, manifestations phares à venir et les nouveautés, offres touristiques.

L'offre familles

- Offre familles :



- o **L'offre géocaching se poursuit sur le territoire de l'Alsace Bossue. Le géocaching, est la chasse aux trésors du XXIème siècle.** Boussoles et cartes laissent désormais place au GPS et au smartphone pour des chasses aux trésors interactives ! À la clé, un moment convivial et la découverte d'endroits insolites. Une manière ludique et moderne de découvrir le territoire. En 2020, aucune nouvelle cache n'a vu le jour. En tout, l'Alsace Bossue compte près de 150 caches. Ces dernières ont été loguées à 1625 reprises, soit une baisse de 66% par rapport à l'année record qu'avait représentée 2019, ses 50 créations de caches et 3700 logs.
- o **Application « Sur la piste des trésors d'Alsace » : deux jeux disponibles,**
 - Chouette, secrets de paysage - 2015 (121 téléchargements en 2020)
 - Autour du château de Lorentzen – juillet 2016 (94 téléchargements en 2020). Avec le contexte sanitaire, le nombre de téléchargements de chacun de ces deux jeux à faire en autonomie a doublé par rapport à 2019.

Réseaux sociaux



Les réseaux sociaux sont un support incontournable en matière de communication. Fin 2020, Facebook comptait **2,8 milliards** d'utilisateurs actifs chaque mois et 1,85 milliard d'utilisateurs actifs chaque jour dans le monde. soit une **hausse de 12%** par rapport à fin 2019.

Les objectifs de notre présence sur les réseaux sociaux :

- Accroître la notoriété et la visibilité de l'Alsace Bossue sur ces réseaux sociaux
- Construire une communauté engagée et susciter l'envie de consommer
- Etre à l'écoute des besoins des consommateurs
- Multiplier les points de contact avant, pendant et après le séjour
- Constituer une communauté d'ambassadeurs qui publient du contenu de qualité

5 665 fans sur la page Alsace Bossue (+16 %)

1 469 fans sur la page Savoureuse Alsace Bossue (+7%).



1440 abonnés Instagram (+36%). Y sont partagées des photos faites par l'équipe, mais également par des Instagramers locaux.

Partenariat avec Freddy Brua et Marc Schampion

Fin 2020, les vidéos promotionnelles de l'Office de tourisme de l'Alsace Bossue ont été visionnées à plus de 16 916 reprises depuis leur mise en ligne.

Opérations de promotion

- 3 articles en 1ère page dans le Telex, tous secteurs, mise en avant des sorties estivales, pédestres et cyclo ainsi que les activités de fouilles à Dehlingen.
- Accueil blogueur, Laurène Philippot "Mon week end en Alsace" et Pierre Schnitter de l'ADT pour une journée à vélo autour du canal avec les vélos de M. Durr "Loc Bike&Trot" et visite du Parc Nature de cheval.
- Création d'une carte des producteurs recto/ verso avec les coordonnées et un pointage sur la carte.
- Durant l'été parution dans le magazine Les Estivales des DNA mise en avant du CIP, GAP et du vélo rail
- 7 interviews radio sur les ondes de France Bleu Alsace, Radio Mélodie et EST FM
- Partenariat payant avec Radio Mélodie et EST FM pour promouvoir les temps forts de la saison.
- 7 reportages TV et réseaux sociaux, Alsace 20, France 3 Grand Est, TV Mosaik Cristal France 3 Rund Um, TV8 Moselle Est et Radio Mélodie.
- 37 articles dans les DNA et le RL ont permis de valoriser les initiatives et les activités du territoire.
- 3 jeux concours Facebook ont été réalisés avec M Avice, Le Parc Nature de Cheval et "Loc'Bike & Trot.
- Une campagne payante de 330€ sur Facebook a permis de mettre en lumière le Centre d'Interprétation du Patrimoine La Villa, les escapades et sorties écotouristiques, les Journées Européennes du Patrimoine et la boutique.
- 2 insertions digitales sur le site des DNA pour mettre en avant la programmation des Journées Européennes du Patrimoine ainsi que les activités du Centre d'Interprétation du Patrimoine La Villa.
- Deuxième confinement: création d'un PDF (lien permanent) des restaurateurs proposant la vente à emporter et/ou la livraison ainsi que pour les commerces proposant le click and collect ou la livraison.
- Réalisation d'un catalogue de produits locaux à l'occasion des fêtes de fin d'année, au format numérique.



COMMERCIALISER

L'activité commerciale de l'Office de Tourisme répond à 4 objectifs :

- Être un facilitateur de séjour pour les touristes
- Etre un apporteur d'affaires pour les professionnels du tourisme local
- Disposer de recettes supplémentaires pour l'Office
- Augmenter la durée du séjour du visiteur

L'activité de commercialisation a été fortement réduite en 2020 due à la situation sanitaire empêchant notamment l'accueil de groupes.

La crise sanitaire a accéléré la digitalisation de l'information. L'année 2020 a ainsi mis en exergue que le numérique prenait une part de plus en plus importante dans la consommation touristique au sens large.

Boutique

L'Office de tourisme a été labellisé « Boutique du Parc » en juillet 2018. Ce label, porté par le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord garantit des produits issus du territoire et favorise ainsi les circuits courts et donc l'économie locale.

Il s'agit du premier et seul office de tourisme à détenir le label.



Le chiffre d'affaires de la boutique en 2020 s'élève à 19 882 € (+31%)

Le nombre de bons cadeaux vendus en 2020 est de 2 (1 bon cadeau barque, 1 bon massage).

Sorties estivales

Du fait de la crise sanitaire, le calendrier des visites et sorties a été bousculé. Un grand nombre de sorties proposées au printemps n'a pas pu se faire en raison du confinement. Le calendrier a été proposé au format numérique, imprimé à la demande, sur la période de juillet et août.

Une soixantaine de sorties et d'animations y ont été proposées, pour environ 500 participants. Cela représente une baisse de moitié par rapport à 2019. Les demandes étaient néanmoins là, mais la situation sanitaire a voulu que le nombre de participants soit limité.

Actions thématiques

L'Office de Tourisme s'inscrit dans différentes thématiques et assure une visibilité de l'offre touristique du territoire

- Explorations gourmandes : 4 restaurateurs ont participé à l'opération en octobre/ collaboration ADT
- Journées du Patrimoine : élaboration et promotion d'un programme de découverte de sites en lien avec la thématique nationale

RELATIONS PARTENAIRES



Newsletter pro

Une Newsletter à destination de nos partenaires (hébergeurs, restaurateurs, commerçants, associations, autres organismes de tourisme,...) est envoyée 3 à 4 fois par an. Cette newsletter a pour objectif d'informer sur les activités propres de l'Office de Tourisme et des actualités réglementaires. La situation inédite de 2020 a nécessité une communication plus régulière, et l'envoi d'informations de dernière minute délivrées aux prestataires sur les possibilités d'aides financières, techniques et la création de différents réseaux et plateformes de vente en ligne. Ainsi, 20 courriels de ce type ont été envoyés en 2020 pour relayer

notamment aux prestataires les aides et informations réglementaires (contre 3 en 2019). Ces newsletters ont été envoyées pour la plupart sous forme de courriels classiques afin de cibler les destinataires selon les informations à transmettre.

Guide du partenaire

Un guide du partenaire est diffusé sur le site internet de l'Office de Tourisme et envoyé une fois par an lors de l'appel à cotisation pour présenter les actions de l'Office de Tourisme, l'équipe salariée et leurs missions.

Animation du réseau des correspondants tourisme

Chaque commune dispose d'un correspondant tourisme chargé de faire remonter à l'Office de Tourisme toute information utile concernant l'activité touristique. L'Office de Tourisme s'appuie ainsi sur ces correspondants pour qualifier l'offre et diffuser au plus près des habitants les informations (notamment via des lettres aux correspondants tourisme envoyées par e-mail).

Animation Numérique de Territoire



- 1 accompagnement personnalisé (modernisation de site web)
- Conseils en communication pour 3 prestataires

C. Bilan financier

Compte de résultat au 31.12.2020

COMPTE DE RÉSULTAT	Exercice clos le	Exercice clos le		
	31/12/2020	31/12/2019	Variation	%
	TOTAL	TOTAL		
Vente de marchandise	19 882	15 168	4 714	31,08
Production vendue services	768	4 159	-3 391	-81,52
Chiffre d'affaire net	20 649	19 326		
Production stockée				
Production immobilisée				
Subvention d'exploitation reçue	87 840	70 174	17 666	25,17
Autres produits	4 152	4 894	-742	-15,15
Total des produits d'exploitation hors TVA	112 641	94 394	18 247	19,33
Achats de marchandises (y compris droit de douane)	21 209	13 991	7 218	51,59
Variation de stock (marchandises)	-997	-19	-978	N/S
Achat de matières premières et autres appo.				
Autres achats et charges externes	24 231	27 367	-3 136	-11,45
Impôts, taxes et versements assimilés	582	450	132	29,33
Rémunérations du personnel	44 533	48 686	-4 153	-8,52
Charges sociales	4 739	10 422	-5 683	-54,52
Dotations aux amortissements	1 008	1 008		0
Autres charges	7	6	1	16,67
Total des charges d'exploitation	95 311	101 911	-6 600	-6,47
Produits financiers	83	191	-108	-56,53
Produits exceptionnels				
Charges financières				
Résultats avant participation et IS	17 413	-7 517	24 739	337,69
Impôts sur les bénéfices				
Total des produits	112724	94 585		
Total des charges	95311	101 911		
Résultat net	Bénéfice 17 413	Déficit 7 326		

Tableau actif/passif

ACTIF	Exercice clos le 31/12/2020 (12 mois)				Exercice précédent 31/12/2019 (12 mois)	
	Brut	Amort. & Prov	Net	%	Net	%
Fonds commercial						
Autres immobilisations incorporelles						
Immobilisations corporelles	5 040	3 531	1 509	2,43	2 517	6,83
218300 MAT.BUREAU & INFORMAT	5 040		5 040	8,12	5 040	13,67
281830 AMORT.MAT.BUREAU & IN		3 531	-3 531	-5,68	-2 523	-6,84
Immobilisations financières						
ACTIF IMMOBILISÉ	5 040	3 531	1 509	2,43	2 517	6,83
Matières premières, approv., en cours de production						
Marchandises	5 706		5 706	9,19	4 709	12,78
370000 STOCKS DE MARCHANDIS	5 706		5 706	9,19	4 709	12,78
Avances et acomptes versés sur commandes						
Clients et comptes rattachés	573		573	0,92	534	1,45
411000 CLIENTS	573		573	0,92	534	1,45
Autres créances	14 902		14 902	24,01	44	0,12
409800 FOURNIS.RRR A OBTENI	44		44	0,07	44	0,12
441000 ETAT SUBVENTIONS A R	14 499		14 499	23,36		
467100 DEBITEURS DIVERS	359		359	0,58		
Valeurs mobilières de placement						
Banques, C.C.P., et autres disponibilités	36 801		36 801	59,29	27 409	74,37
512000 BANQUES CREDIT MUTUEL	2 521		2 521	4,06	1 619	4,39
512100 BANQUES LIVRET BLEU	34 279		34 279	55,23	25 790	69,98
Caisse	507		507	0,82	252	0,68
530000 CAISSE	507		507	0,82	252	0,68
Charges constatées d'avance	2 074		2 074	3,34	1 391	3,77
486000 CHARGES CONSTAT.D'AV	2 074		2 074	3,34	1 391	3,77
ACTIF CIRCULANT	60 562		60 562	97,57	34 338	93,17
TOTAL GÉNÉRAL ACTIF	65 602	3 531	62 071	100,00	36 856	100,00

PASSIF	Exercice clos le 31/12/2020 (12 mois)		Exercice précédent 31/12/2019 (12 mois)	
Capital social ou individuel (dont versé :)				
Ecarts de réévaluation				
Réserve légale				
Réserves réglementées				
Autres réserves				
Report à nouveau	32 792	52,83	40 118	108,85
119000 REPORT A NOUVEAU CREDITEUR	32 792	52,83	40 118	108,85
Résultat de l'exercice	17 413	26,05	-7 326	-19,87
Provisions réglementées				
CAPITAUX PROPRES	50 205	80,88	32 792	88,97
Provisions pour risques et charges				
Emprunts et dettes assimilées				
Avances et acomptes reçus sur commande en cours				
Fournisseurs et comptes rattachés	10 946	17,63	1 259	3,42
401000 FOURNISSEURS	1 954	3,15		
408100 FOURNIS.FACT.NON PAR	8 991	14,48	1 259	3,42
Autres dettes	920	1,48	2 805	7,61
428600 AUTRES CHARG.PERS.A	80	0,13		
431000 SECURITE SOCIALE	141	0,23	2 125	5,77
437200 CAISSE RETRAITE SALA	495	0,80	487	1,32
437800 AUTRES CAISSES	191	0,31	192	0,52
442100 PRELEVEMENT A LA SOURCE	13	0,02		
Produits constatés d'avance				
DETTES	11 866	19,12	4 063	11,02
TOTAL GÉNÉRAL PASSIF	62 071	100,00	36 856	100,00

Cotisations 2021

Proposition du CA pour 2021 :

> tarif dégressif pour les hébergeurs, à partir du 2ème produit.

> nouvelles catégories ajoutées à la grille

Chambre d'hôtes	25€
Chambre d'hôtes à partir du 2 ^{ème} produit	20€
Gîte meublé	30€
Gîte meublé à partir du 2 ^{ème} produit	25€
Camping, port de plaisance	
Entreprise ou site à vocation touristique	
Prestataire de services touristiques	55€
Restaurant	
Hébergement de groupe	
Hôtel restaurant	60€
Artisan	
Brasserie	
Ferme, producteur, artisan,	35€
Commerce	
Café, bar	
Association	22€
Individuel (CA, sympathisant)	
Auteur	10€

Packs services

	Cotisation de base	Pack Visibilité + (50€)	Pack Services + (80€)
Envoi des newsletters pro	✓	✓	✓
Accès au dépôt-vente	✓	✓	✓
Accès à la location de vitrine	✓	✓ -25%	✓ -25%
Visibilité accrue sur notre site Internet	✓	✓	✓
Visibilité prioritaire sur notre site Internet (affichage en haut de page et 3 visuels)		✓	✓
Partage de l'actualité sur les réseaux sociaux		✓	✓
Affichage dans les vitrines de l'Office de Tourisme		✓	✓
Intégration prioritaire lors d'opérations de communication de l'Office de Tourisme et de ses partenaires		✓	✓
Hébergeurs et restaurateurs : encart d'une demi-page dans nos nouvelles éditions consacrées à ces deux activités		✓	✓
Inscriptions prioritaires aux ateliers numériques proposés par l'Office de Tourisme		✓	✓
Audit de votre visibilité sur le web et conseils	40€	✓	✓
Billet d'entrée au CIP La Villa pour la saison en cours		✓	✓
Accompagnement personnalisé	Rendez-vous individuel 3 ^e - 45€	Rendez-vous individuel 3 ^e - 45€	✓
Accès aux fiches techniques de l'Office de Tourisme (tutoriels, conseils, idées pratiques et conseils de communication)			✓

Budget prévisionnel 2021

GROUPE I : Dépenses afférentes à l'exploitation courante		Prévisionnel 2020	Réalisé 2020	Prévisionnel 2021
ACHATS				
601	Achats stockés de matières premières et de fournitures			
602	Achats stockés - autres approvisionnements			
603	Variation des stocks		-997	
606	Achats non stockés de matières et fournitures	1460	1 256	2 480
607	Achats de marchandises	14000	21 209	19 000
SERVICES EXTÉRIEURS				
6118	Sous traitance : autres prestations de services			
613	Locations mobilières		274	
614	Charges locatives	2015	1311	1450
615	Frais hébergement Internet	1855	2101	1575
6156	Maintenance	1078	504	909
616	Primes d'assurances	1200	1157	1185
618	Frais de séminaires / frais de formation	758	155	1250
AUTRES SERVICES EXTÉRIEURS				
622	Rémunérations d'intermédiaires et honoraires	4280	3805	4285
623	Promotion, communication	8500	8762	9000
625	Déplacements, missions et réceptions	1180	702	1090
626	Frais postaux et frais de télécommunications	3050	2701	3165
627	Frais bancaires	190	233	244
6281	Cotisations	2200	1269	3089
TOTAL GROUPE I		41 766,00 €	44 442,00 €	48 722,00 €
GROUPE II : Dépenses afférentes au personnel		Prévisionnel 2020	Réel 2020	Prévisionnel 2021
631	Impôts, taxes	500	0	500
633	Formations	850	582	590
6411	Rémunération du personnel	49600	44533	82 540
645	Charges de sécurité sociale et de prévoyance	11041	4739	20 200
		61991	49854	103830
AUTRES CHARGES DE GESTION COURANTE				
658	Charges diverses de gestion courante		7	
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS				
6811	Dotations aux amortissements	1008	1008	366
TOTAL GROUPE II		62 999,00 €	50 869,00 €	104 196,00 €
TOTAL GÉNÉRAL (GROUPE I + GROUPE II)		104 765,00 €	95 311,00 €	152 918,00 €
Valorisation de biens et de prestations				
	Mise à disposition personnel	40900	40900	14400
	Mise à disposition locaux	6000	6000	6000
	Editions touristiques	8060	8060	7600
	TOTAL contributions	54960	54960	28000
TOTAL GENERAL GROUPE I + II + Contributions		159 725,00 €	150 271,00 €	180 918,00 €

Produits	Prévisionnel 2020	Réalisé 2020	Prévisionnel 2021
Vente de produits	13000	16484	19000
Location vitrines	350	488	410
Commissions		3398	
Cotisations	2000	3643	3100
Transfert charges d'exploitation			
Vente de visites, accompagnements	1900	280	380
Produits financiers	190	83	60
Autres produits		509	3333
Subvention CCAB	89000	87 839,68	126 635
TOTAL GROUPE I	106 440,00 €	112 724,68 €	152 918,00 €
Valorisation de biens et de prestations			
Mise à disposition personnel	40900	40900	14400
Mise à disposition locaux	6000	6000	6000
Editions touristiques	8060	8060	7600
TOTAL contributions	54960	54960	28000
TOTAL GENERAL GROUPE I + Contributions	161 400,00 €	167 684,68 €	180 918,00 €
Déficit			
Bénéfice		17 414 €	