

AR Prefecture

084-838970309-20250307-25_02-DE

Reçu le 07/03/2025

DEPARTEMENT
DE VAUCLUSE

ARRONDISSEMENT
D'AVIGNON

EPIC
Pays des Sorgues
Monts de Vaucluse

EB / XF / FQP

N° 25-02

Nombre de Délégués
en exercice 21

Nombre de Délégués
présents 11

Nombre de Délégués
votants 11

EXTRAIT DU REGISTRE DES

DELIBERATIONS

DE L'EPIC Tourisme Pays des Sorgues Monts de Vaucluse

Séance du 07 mars 2025

L'an deux mille vingt-cinq, les sept mars à neuf heure, le Comité Directeur de L'EPIC Tourisme PSMV s'est réuni à la Communauté de Communes Pays des Sorgues Monts de Vaucluse sous la présidence de Monsieur Eric Bruxelles.

PRÉSENTS : Mesdames et Messieurs, BRUXELLE, CHAMBARLHAC, EGOYAN, DE ALMEIDA, GONZALVEZ, GRYNKORN, HEDIARD, JOLY, LEGARS-LAVAURE, MATHIEU, MERIGAUD.

ABSENTS EXCUSES : Mesdames et Messieurs, IMADIEU, BAYON DE NOYER, CANDAU, CANILLAS, CHABAUD-GEVA, CLEMENT, FERMANIAN, FERREIRA DA SILVA, GIRARD, PHILIP.

ABSENTS DONNANT POUVOIR :

OBJET : Débat d'Orientation Budgétaire 2025

Vu la loi n° 92 -125 du 6 février 1992 relative à l'Administration Territoriale de la République,
Vu le Code Général des Collectivités Territoriales, et notamment ses articles L.2312-1 et D.5211-18,

Vu les instructions budgétaires et comptables portant sur le Débat d'Orientation Budgétaire,
Considérant que ce débat doit avoir lieu dans les deux mois qui précèdent le vote du Budget de l'EPIC,

Le Comité Directeur,

Après en avoir délibéré à la majorité des présents,

- **CONSTATE** que le Débat d'Orientation Budgétaire a eu lieu
- **APPROUVE** le Rapport d'Orientation Budgétaire en annexe de la présente délibération
- **AUTORISE** Monsieur le Directeur de l'Établissement Public Industriel et Commercial Tourisme Pays des Sorgues Monts de Vaucluse et le comptable public assignataire du Centre des Finances Publiques de L'Isle-sur-la-Sorgue sont chargés, chacun en ce qui les concerne, de l'exécution de la présente décision.

Le Président de l'EPIC Pays des Sorgues Monts de Vaucluse certifie le caractère exécutoire de la présente décision.

Acte publié le :

07-03-2025

Pour extrait conforme
au registre des délibérations,

Le Président,


Eric BRUXELLE



Rapport d'Orientation Budgétaire 2025

Troisième budget de la convention d'objectif 2023-2026, le budget 2025 sera le premier, depuis la création de L'EPIC Tourisme PSMV, à ne pas être directement impliqué dans l'obtention d'une marque ou d'un label. En effet nous avons tout récemment obtenu pour les trois bureaux le label Tourisme et Handicap., et cela dans les 4 labélisations possibles : mental, visuel, auditif et mobilité.

En atteignant cet objectif nous avons franchi un cap fixé à la création de l'EPIC :

- Marque Qualité Tourisme,
- Classement en première catégorie,
- Station Classée Tourisme pour l'Isle sur la Sorgue
- Label Tourisme et Handicap.

Cet accomplissement valide les choix stratégiques de la collectivité et du CODIR pour se doter d'un outil d'expertise territoriale au service des acteurs touristiques et des habitants. Ces reconnaissances marquent également le professionnalisme croissant des équipes. Ainsi L'EPIC Tourisme est aujourd'hui tout autant reconnu pour l'accueil et l'information des visiteurs (physique et numérique) que pour son travail de promotion de la destination ou bien de valorisation de ses partenaires.

Le territoire peut se reposer sur ce socle pour atteindre les prochaines étapes stratégiques qui visent à pérenniser le développement économique sans sacrifier à la qualité de vie qui fait l'attractivité de la destination.

Avant de soumettre au débat du CODIR les projets qui fondent le budget 2025, il est nécessaire de préciser que celui-ci a été conçu dans un contexte géopolitique très tendu et un climat de grande incertitude économique. C'est dans ce cadre que nous vous présentons un budget contraint et réaliste en accord avec la CCPSMV qui doit arbitrer des choix drastiques.

Le travail de structuration qui va de pair avec la Marque Qualité permet aujourd'hui d'ajuster notre fonctionnement aux contraintes financières sans renoncer aux ambitions de L'EPIC Tourisme. Citons pour exemples : la collaboration avec le service finance de la CCPSMV, avec qui nous mettons en œuvre la comptabilité analytique et demain la gestion par action ; ou bien le travail de renégociation ou le non-renouvellement de certains contrats comme la téléphonie ou les copieurs ; la rationalisation des documents imprimés.

Ainsi, la somme des chapitres 11 (dépenses fonctionnements) et 12 (ressources humaines) font apparaître un budget 2025 de 1 005 800 euros soit identique à 2024.

	Budgété 24	Demandé 25	Evolution
11 - Charges à caractère général - Hors PGS	307 020 €	310 400 €	
12 - Charges de personnel	698 772 €	695 400 €	
Sous-total	1 005 792 €	1 005 800 €	0 %
11 - Charges à caractère général Veuillez noter qu'en accord avec la CCPSMV, nous allons renforcer notre implication au sein du Projet Grand Site – La Fontaine-De-Vaucluse : gestion du site internet dédié, mise en œuvre d'actions en lien avec le service intercommunal.		10 000 €	
Budget Primitif - Total	1 005 792 €	1 015 800 €	0.99 %

AR Prefecture

004-839970309-20250307-25_02-DE
Reçu le 07/03/2025

Voici les axes stratégiques et les actions essentielles qui fondent le budget 2025 de L'EPIC Tourisme.

- Poursuite de l'optimisation des Ressources Humaines consacrées aux accueils (lieux, horaires, services)

La décision de ne pas remplacer deux conseillers en séjour qui étaient mis à disposition par la CCPSMV permet de présenter un chapitre 12 en baisse de 0,5 %, malgré la hausse mécanique de 1.5% (ancienneté et revalorisation du point d'indice).

Cette restructuration autour de 3 contrats saisonniers de 6 mois permet de conserver :

- l'ouverture du BIT du Thor à l'année (1 570 contacts),
- l'ouverture du BIT de Fontaine-De-Vaucluse 4 mois à 6 jours/7 et 2 mois à 7 jours/7 (8 750 contacts)
- l'ouverture du BIT de Isle-Sur-La-Sorgue 6 jours/7 de mars à octobre, puis 7/7 dont 2,5 mois en journée continue (16 750 contacts)
- maintien de la participation à l'accueil multiservice de Châteauneuf-De-Gadagne.
- Accroissement de l'accueil hors les murs.

L'allègement du planning dominical en période hivernale, permet de continuer la formation et la montée en compétence des conseillers en séjour vers l'accueil numérique : campagne de référencement des 600 professionnels partenaires, et mis à jour des pages annuaire qui génèrent 35 000 contacts.

- Professionnalisation des équipes.

En moyenne chaque agent de L'EPIC Tourisme bénéficie de 70 heures de formation par an. Cette année nous portons un accent particulier sur les éducteurs pour rester informés des nouvelles offres, moyenne mensuelle 10 nouveaux partenaires référencés et 70 dossiers de mise à jour.

En complément nous poursuivons un plan de formation articulé entre l'offre de la FROTSI, la participation à des salons professionnels (CM on the Beach, ET Pau) et partage de compétence en interne autour de l'outil Gestion-Archipel.

- Gestion – Archipel : l'outil de mise en réseau des partenaires de l'office de tourisme

Développé en interne cette boîte à outils embarque, entre autres, une Gestion de Relation Client, une mise à jour du Système d'Information Touristique, la gestion de tickets, la remontée statistique des pages web, des canaux de communication et d'information avec les services...

Certains ont pu découvrir l'outil lors de notre réunion de fin d'année, et les premiers bêta testeurs recevront leurs identifiants durant le second trimestre.

- Fontaine-De-Vaucluse : sortir de l'offre mono-produit
- Création d'un éducteur spécial Fontaine-De-Vaucluse le 31 mars
Invités : Membres de l'association des commerçants de Fontaines, Hébergeurs référencés à l'office, Offices voisins (Pernes, Carpentras, Cavailon, Apt, Avignon, St Rémy), Loueurs référencés (trottinettes, vélo, voitures, scooter), Guides rando référencés.
- Comme évoqué précédemment nous allons mettre en place une collaboration étroite entre la CCPSMV et l'EPIC pour accélérer la communication et la visibilité du Projet Grand Site.
- Pilotage d'une communication de crise pour Fontaine de Vaucluse afin d'appuyer les changements structurels de façon positive, et de fédérer tous les communicants pour générer un effet de levier autour des réseaux de l'office.

AR Prefecture

• Promotion de la destination
004-838970309-20250307-25_02-DE
Reçu le 07/03/2025

- **Le marketing de contenu à l'honneur :** depuis septembre 2024 nous avons intégré une apprentie en communication spécialisée dans la prise de vue photo et vidéo, nous enrichissons notre banque d'images via des partenariats, et nous maintenons une veille SEO afin de multiplier la publication de contenus pertinents qui à défaut d'être viraux, fédère une communauté toujours plus nombreuse.
- Dans le même esprit nous renouvelons les accueils presse, les accueils d'influenceurs et l'achat d'espace presse.
- Face à l'obsolescence inévitable de notre site web (1 800 000 pages vues / 750 000 visiteurs) nous entamons dès cette année le travail de refonte, toute en maintenant un rythme de publication (hors page annuaire) de 6 à 8 pages par mois. Ce travail devrait s'étaler sur 3 ans.

- Portage ou collaboration à des événements qui influencent l'identité de la destination

Depuis plusieurs années la ligne éditoriale de l'office repose sur les atouts différenciants qui font l'image de la destination : Antiquité Art et Décoration, Production Locale, Qualité de vie.

Nous poursuivons donc nos actions autour de la filière oenotouristique : Sunsets vigneron, banquet des géants, labels vignoble et découverte Ventoux et Luberon.

De même nous reconduisons le dispositif hors les murs pour les deux Foires des Antiquaires.

Le Festival de la Sorgue, destiné à être l'emblème de la qualité environnementale de la destination reçoit un soutien un particulier de la communauté de communes avec l'investissement de plusieurs services.

Enfin, pour mettre en lumière l'offre culturelle remarquable au regard du nombre d'habitants, nous allons accroître notre investissement aux festivals : Lire sur la Sorgue, Buzz'art, Partage des Arts, Dansons sur la Sorgue et Festi'ff.

- Liens positifs avec les habitants

L'EPIC poursuit son engagement en faveur d'un tourisme respectueux des habitants :

- Fort du succès du déploiement de DECLALOC à Isle-Sur-La-Sorgue il appuiera son développement au sein de la collectivité,
- Continuité de la promotion des déplacements doux et des gestes éco-responsables,
- Promotion d'événements hors période estivale.

Ces engagements sont les prémices de la stratégie touristique post 2026, puisque la Marque Qualité Tourisme est mise en extinction au profit de Destination d'Excellence. Un niveau de qualification supérieur sera alors demandé aux offices., avec une attention accrue sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises.