



**NORMANDIE**

OTN

Fédération Régionale des Offices de Tourisme



ALPHA ET OMEGA

*Développeur de capital humain depuis 1993*

# Comment développer et booster l'autofinancement au sein de l'Office de tourisme ?

## Bienvenue

*Mardi 3 mai 2022*

( 1 )

## Objectifs du séminaire

Permettre aux participants **d'identifier des plans d'actions de développement de l'autofinancement adaptés à leur OT**

Tirer profit de la **créativité individuelle et collective des Directeurs(trices) d'Office de Tourisme** pour identifier et explorer des plans d'actions

## Objectif opérationnel

**Identifier 3 à 5 plans d'actions permettant une évolution de recettes de +5% à +20%**

# Planning du séminaire

## I. Enjeux et cadre général du développement de l'autofinancement – 30'

- Tour de table et présentation des participants
- Les enjeux économiques
- Les grands axes de développement de nouvelles ressources financières
- Rappel du cadre juridique de certaines actions

## II. Ateliers d'exploration des axes de développement de l'autofinancement 1h45'

**Atelier 1 : Partenariat et mécénat**

**Atelier 2 : Recettes commerciales (hors partenariat)**

**Atelier 3 : Appels à projet, subventions de projet, bailleurs de fonds publics**

**Atelier 4 : Taxe de séjour**

# Planning du séminaire

## III. Restitution en plénière – 12h à 12h45

### 1. Présentation en binôme de la synthèse des idées prioritaires par atelier (binôme animateur + un directeur OT)

- Durée : 5 à 6 minutes par atelier - 25/30 minutes

### 2. Invitation des directeurs d'OTN à partager/témoigner sur leurs plans d'actions 2022

- Durée : 5 minutes (15 à 20 minutes max pour 3 à 4 directeurs pré-identifiés par E. TRICOIRE > PILOT/O-Dest + interventions spontanées des participants)

# I. Enjeux et cadre général

## 1. Enjeux économiques : dégager des marges de manœuvre pour les actions de « cœur de métier »

Charges	Produits
<b>I. CHARGES D'EXPLOITATION</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Achats pour revente</li><li>- <b>Budget de communication - promotion</b></li><li>- Frais de structure</li><li>- <b>Frais de personnel</b></li><li>- Impôts et taxes</li><li>- Dotation aux amortissements</li></ul>	<b>I. PRODUITS D'EXPLOITATION</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Ventes de prestations</li><li>- Ventes de marchandises</li><li>- Subventions de fonctionnement</li><li>- Subventions projet</li><li>- Cotisations (associations)</li><li>- Mécénat</li><li>- Taxe de séjour (Epic)</li></ul>
<b>RESULTATS D'EXPL. (1)</b>	
<b>RESULTAT FINANCIER (2)</b>	
<b>RESULTAT EXCEPT. (3)</b>	
IV. Contributions bénévoles (4)	IV. Contributions bénévoles (4)
<b>RESULTAT NET (1) + (2) + (3) + (4)</b>	

# I. Enjeux et cadre général

## 2. Enjeux sur le budget N+1 : fixer un cap, des orientations budgétaires

*Exemple :*

	N-1		N		N+1 ?		Objectifs
	€	%	€	%	€	%	
Subvention de fonctionnement (communale ou intercommunale)	108 000 €	58,1%	102 000 €	55,7%	98 000 €	49,4%	<b>Maintien du total en % ?</b>
Subventions de projet	4 500 €	2,4%	10 500 €	5,7%	16 000 €	8,1%	
Cotisations et prestations adhérents	8 000 €	4,3%	7 600 €	4,1%	9 600 €	4,8%	<b>Développement nouvelle offre ?</b>
Sponsoring et partenariat	9 000 €	4,8%	8 200 €	4,5%	7 600 €	3,8%	<b>Développement offre de mécénat ?</b>
Mécénat	- €	0,0%	- €	0,0%	6 000 €	3,0%	
Ventes espaces publicitaires	10 400 €	5,6%	10 800 €	5,9%	10 900 €	5,5%	<b>Web ? Nouveaux supports?</b>
Taxe de séjour	42 000 €	22,6%	40 000 €	21,8%	46 000 €	23,2%	<b>Optimisation recouvrement?</b>
Ventes de marchandises (boutique)	4 000 €	2,2%	4 100 €	2,2%	4 200 €	2,1%	<b>Développement offre?</b>
<b>TOTAL</b>	<b>185 900 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>183 200 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>198 300 €</b>	<b>100,0%</b>	

# I. Enjeux et cadre général

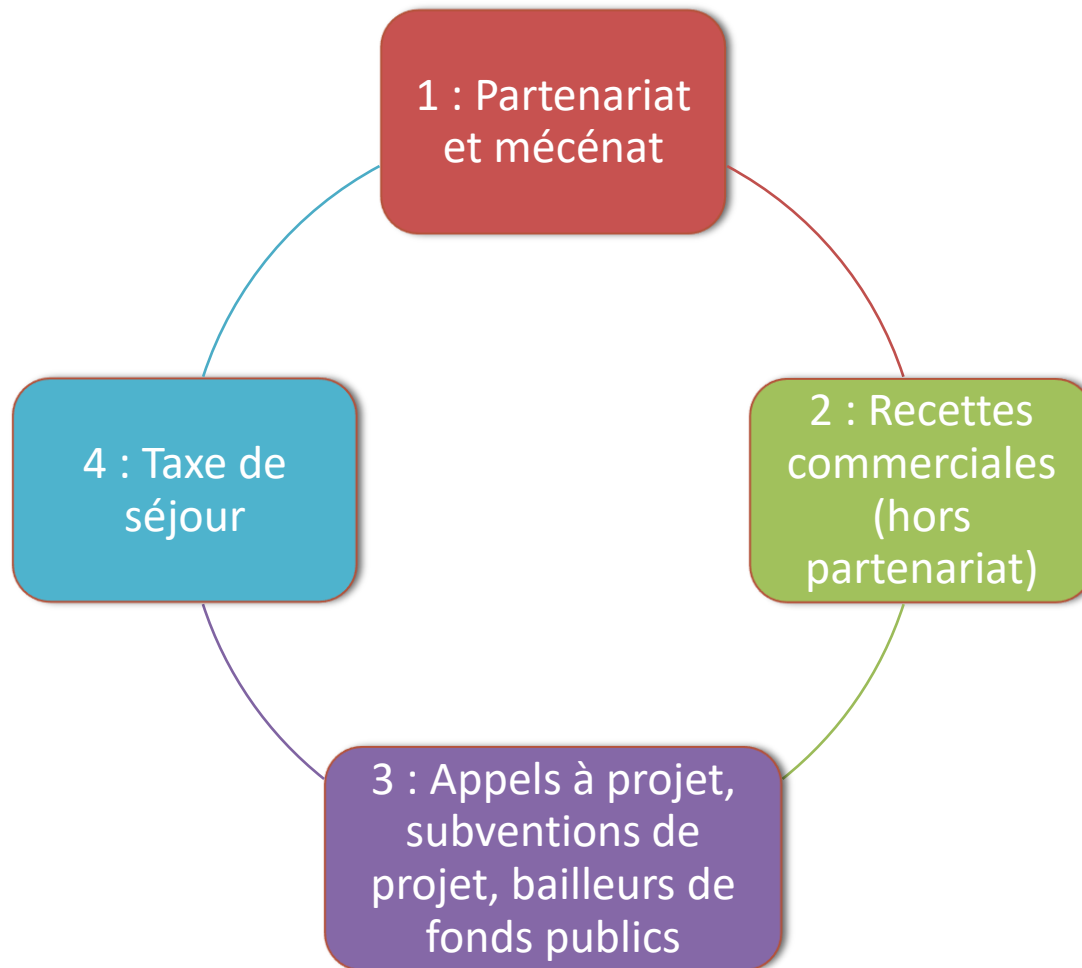
## 2. Enjeux sur le budget N+1 : fixer un cap, des orientations budgétaires

*Exemple :*

	N-1		N		N+1 ?		Objectifs
	€	%	€	%	€	%	
Subvention de fonctionnement (communale ou intercommunale)	108 000 €	58,1%	102 000 €	55,7%	98 000 €	49,4%	<b>Maintien du total en % ?</b>
Subventions de projet	4 500 €	2,4%	10 500 €	5,7%	16 000 €	8,1%	
Cotisations et prestations adhérents	8 000 €	4,3%	7 600 €	4,1%	9 600 €	4,8%	<b>Développement nouvelle offre ?</b>
Sponsoring et partenariat	9 000 €	4,8%	8 200 €	4,5%	7 600 €	3,8%	<b>Développement offre de mécénat ?</b>
Mécénat	- €	0,0%	- €	0,0%	6 000 €	3,0%	
Ventes espaces publicitaires	10 400 €	5,6%	10 800 €	5,9%	10 900 €	5,5%	<b>Web ? Nouveaux supports?</b>
Taxe de séjour	42 000 €	22,6%	40 000 €	21,8%	46 000 €	23,2%	<b>Optimisation recouvrement?</b>
Ventes de marchandises (boutique)	4 000 €	2,2%	4 100 €	2,2%	4 200 €	2,1%	<b>Développement offre?</b>
<b>TOTAL</b>	<b>185 900 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>183 200 €</b>	<b>100,0%</b>	<b>198 300 €</b>	<b>100,0%</b>	

# I. Enjeux et cadre général

## 3. Les 4 axes proposés





# I. Enjeux et cadre général

## 4. Cadre fiscal de la réalisation de recettes commerciales pour les OT

- Le développement d'activités commerciales peut entraîner une fiscalisation à la TVA de l'OT :
  - Si recettes commerciales > 34 400 € par an (activités de prestations)
  - Si recettes commerciales > 85 800 € par an (activités de ventes de biens)
  - Seuil spécifique aux OT associatifs : 72 432 € de recettes par an (TVA et IS)
- Fiscalisation à l'IS des activités commerciales de l'Epic
  - Sectorisation des activités
- L'activité de vente de forfaits touristiques est soumise à la TVA sur la marge

## 5. Conséquences de la réalisation de recettes commerciales

- L'activité commerciale doit figurer aux statuts
- L'activité de vente de forfaits touristiques est réglementée

# I. Enjeux et cadre général

## 6. Cadre juridique de la réalisation de recettes commerciales

### ○ 1. Distinction partenariat / mécénat

#### Mécénat

- Soutien matériel apporté
  - **sans contrepartie directe** de la part du bénéficiaire,
  - à une personne morale pour l'exercice d'activités présentant un **caractère d'intérêt général**

#### Sponsoring / Parrainage

- Soutien matériel apporté
  - **en vue d'en retirer un bénéfice direct**
  - à une manifestation, à un produit ou à une organisation

# I. Enjeux et cadre général

## 6. Cadre juridique de la réalisation de recettes commerciales

### ○ 1. Distinction partenariat / mécénat

*Exemple* : une entreprise verse la somme de 5 000 € à l'OT dans le cadre d'une manifestation organisée par l'OT.

#### Mécénat

- Logo de l'entreprise sur les supports de communication
- places offertes aux salariés
  - Convention de mécénat
  - Reçu fiscal de mécénat

#### Sponsoring / Parrainage

- Logo de l'entreprise sur les supports de communication
- + Message publicitaire
- + Places offertes aux clients
- + Opération de relations publiques
- Facturation de 5 000 €  
(+ TVA si soumis)

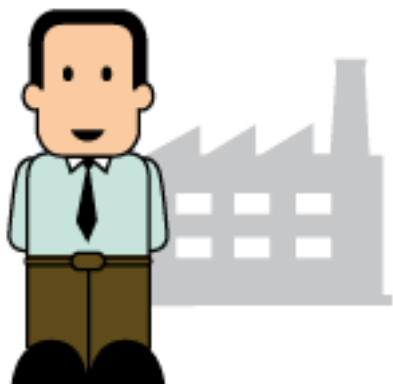
# I. Enjeux et cadre général

## 6. Cadre juridique de la réalisation de recettes commerciales

### ○ 1. Distinction partenariat / mécénat

Mettre en avant les avantages fiscaux du mécénat

Eligibles au régime du mécénat



Mécénat  
en numéraire  
ou en nature

**Sur mission  
d'intérêt  
général**

Réduction d'impôt  
**60% pour l'entreprise mécène**  
plafonné à 0,5% du CA HT (ou 20 000 €)

# I. Enjeux et cadre général

## 6. Cadre juridique de la réalisation de recettes commerciales

### ○ 2. Principes du numéro d'enregistrement

#### Les origines du dispositif :

- Certaines **zones urbaines sont en forte tension immobilière** (difficulté de se loger)
- La résidence principale se définit comme la résidence occupée au moins 8 mois par an : la loi permet de **plafonner la durée de location à 120 jours (résidence principale)**
- La loi ALUR (2014) avait supprimé l'obligation de déclaration des loueurs en meublés de leur résidence principale (Cerfa)

#### Pour savoir si une commune est située en zone tendue :

<https://www.service-public.fr/simulateur/calcul/zones-tendues>

# I. Enjeux et cadre général

## 6. Cadre juridique de la réalisation de recettes commerciales

### ○ 2. Principes du numéro d'enregistrement

#### **Plafonnement à 120 jours de location par an (résidences principales) :**

- ➔ Dans les villes qui l'auront **décidé par délibération**, toutes les locations touristiques, qu'il s'agisse de la résidence principale ou secondaire, doivent **disposer d'un numéro d'enregistrement** à publier dans l'annonce.
- ➔ Les plateformes intermédiaires ont alors l'obligation de décompter le nombre de jours de location des résidences principales. S'il s'avérait que **la location dépasse les 120 jours annuels autorisés, l'annonce doit être suspendue.**

#### **Avantages du dispositif :**

- ➔ Meilleur **contrôle du parc d'hébergements touristiques** - actualisation des coordonnées des loueurs en meublés
- ➔ Amélioration de l'**identification des hébergeurs « sauvages »**
- ➔ Réduction de la **tension immobilière**

# I. Enjeux et cadre général

## 7. Données macro – Région Normandie – chiffres OTN 2020

**64 %**

des recettes des OT normands proviennent de l'EPCI de rattachement  
Moyenne effectuée sur 46 OT répondants

**23 %**

des recettes des OT normands proviennent de la taxe de séjour  
Moyenne effectuée sur 27 OT répondants

**18 %**

des recettes des OT normands sont issues de leurs fonds propres  
(prestations de service, commercialisation, boutique, visites...)  
Moyenne effectuée sur 44 OT répondants

**7 %**

des recettes des OT normands proviennent de subventions publiques  
(hors collectivité de rattachement de l'OT)  
Moyenne effectuée sur 11 OT répondants

**6 %**

des recettes des OT normands proviennent des adhésions et partenariats  
Moyenne effectuée sur 20 OT répondants

### Synthèse :

- Autofinancement moyen : 24 %
- Contribution moyenne de la subvention de fonctionnement : 64%

# I. Enjeux et cadre général

## 7. Données pilOT 2019 \*

### A partir du budget disponible (hors achats pour revente)

➔ Contribution moyenne de la subvention de fonctionnement :

Normandie : 56%

National : 61%

➔ Autofinancement moyen :

Normandie : 8%

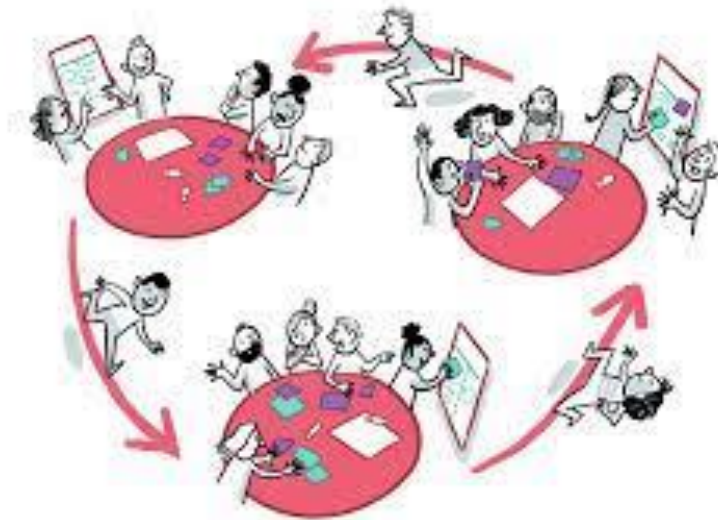
National : 9%

\* Normandie : 17 OT / National : 119 OT



## II. Lancement des ateliers – 11h à 12h

### Introduction – Présentation du format « World café »



- Chaque participant travaille sur les 4 sujets
- Durée prévue : **20 minutes par atelier**
- L'animateur synthétise les idées des participants et présente la synthèse en plénière à 12h, en binôme avec un directeur d'OT.

## II. Lancement des ateliers – 11h à 12h

### 1. Périmètre des ateliers et animateurs

#### ○ Atelier 1 : Partenariat et mécénat

##### ○ Périmètre d'activités :

- Partenariat récurrent : packs de prestations, adhésion
- Partenariat sur opérations ponctuelles (animation, manifestations...)
- Mécénat en numéraire
- Mécénat en nature
- Echanges attendus :
  - Pratiques innovantes : prospection, tarification, offre, promotion
  - Bonnes pratiques d'optimisation
  - Facteurs clés de succès
  - Freins au développement

##### ○ **Animateur : Nicolas COQUILLARD**

## II. Lancement des ateliers

### 1. Périmètre des ateliers et animateurs

- **Atelier 2 : Recettes commerciales (hors partenariat)**
  - Périmètre d'activités :
    - Commercialisation groupes, individuels
    - Accompagnement numérique
    - Boutique
    - Billetterie
    - Régie pub, pass activités, animations
  - Echanges attendus :
    - Pratiques innovantes : prospection, tarification, offre, promotion
    - Bonnes pratiques d'optimisation
    - Facteurs clés de succès
    - Freins au développement
  - **Animateur : Emmanuel TRICOIRE**

## II. Lancement des ateliers

### 1. Périmètre des ateliers et animateurs

- **Atelier 3 : Appels à projet, subvention de projet, évolution structurelle**
  - Périmètre d'activités :
    - Autres subventions de l'EPCI ou de la commune
    - Subventions Département / Région / Autres collectivités
    - Subventions Europe
    - Transformation structurelle de l'OT (passage intra-communautaire)
  - Echanges attendus :
    - Lignes de financement sollicitées
    - Facteurs clés de succès
    - Partenaires au montage de projet
    - Montant de financement obtenu
- **Animatrice : Marie-Flo GUY**

## II. Lancement des ateliers

### 1. Périmètre des ateliers et animateurs

- **Atelier 4 : Taxe de séjour**
  - Périmètre d'activités :
    - Optimisation du recouvrement
    - Maîtrise du parc d'hébergeurs – numéro d'enregistrement
    - Taxation d'office
    - Tarification
    - Plateforme de télédéclaration
  - Echanges attendus :
    - Pratiques innovantes / bonnes pratiques d'optimisation
    - Facteurs clés de succès
    - Résultats obtenus
  - **Animateur : Gilles THOMAS**

# Synthèse des ateliers

<b>Atelier 1 : Partenariat et mécénat</b>	Animateur : Nicolas COQUILLARD Rapporteur : Didier
<b>Atelier 2 : Recettes commerciales</b> (hors partenariat)	Animateur : Emmanuel TRICOIRE Rapporteur : Deborah
<b>Atelier 3 : Appels à projet, subvention de projet, évolution structurelle</b>	Animatrice : Marie-Flo GUY Rapporteur : Frédéric
<b>Atelier 4 : Taxe de séjour</b>	Animateur : Gilles THOMAS Rapporteur : Davy

## Synthèse Atelier 4 - taxe de séjour

Plans d'actions	Commentaires et outils
1. Evaluation du rendement et prise de collecte par l'OT pour optimiser le rendement	Annexe 10 – Evaluation rendement taxe de séjour
2. Mise en place du numéro d'enregistrement pour reprendre la main sur le parc d'hébergements	Annexe 4 – Guide AHTOP
3. Utilisation des outils de recherche hébergeurs sauvages : Trackeet / AirDna / Liwango	
4. Mise en œuvre du processus de recouvrement et des sanctions (dont taxation d'office)	Annexes 5 à 9
5. Communication sur l'utilisation de la taxe de séjour	
6. Mise en avant des avantages du classement (voire devenir organisme agréé Cofraq)	
7. Instaurer la TS dans les zones blanches	