

DESTINATION LANDES CHALOSSE
Société Publique Locale
Au capital de 37 800 €
Siège social Place du Tour du Sol
40 500 Saint-Sever
RCS MONT DE MARSAN 879 260 016

CONSEIL D'ADMINISTRATION DU 9 MARS 2020

Le lundi 9 mars 2020 à 17h, le Conseil d'administration de la SPL Destination Landes Chalosse s'est réuni sur convocation du Président dans les locaux de l'expert-comptable de la SPL (EXCO au 87 Rue Thiers, 40700 Hagetmau).

Sont présents : Gilles COUTURE, Henri TERNUS, Christine FOURNADET, Odile LAFITTE, Pascal BEAUMONT, Marcel PRUET, Arnaud TAUZIN, Anne Martine HILLOTTE, Jean Maurice DULAYET.

Sont invités : Virginie MASSON PELEGRY, directrice de l'office de tourisme, Christelle PRUET et Karim BERTAL experts comptables du cabinet EXCO, Lionel DUCAMP directeur de la Dame de Brassempouy et ex-directeur de l'OT des Luys à Amou.

Plus de la moitié des administrateurs étant présents, le Conseil d'administration peut donc valablement délibérer conformément aux statuts.

Le Président Directeur Général de la SPL, Monsieur Pascal BEAUMONT, indique les points d'ordre du jour qui sont les suivants :

- I. Présentation et vote du budget prévisionnel de la SPL 2020
- II. Plan d'actions synthétique 2020
- III. Validation de la convention d'occupation des locaux Chalosse Tursan et Coteaux et Vallées des Luys
- IV. Projet de réglementation intérieur
- V. Questions diverses : notamment Classement de l'OT en catégorie 2

Le Président indique que le point III ne sera pas traité ce jour, car les différents retours attendus de l'ADACL sur cette question ne sont pas arrivés à temps. Les documents ne sont donc pas prêts. Ce point III est amandé et sera traité lors du prochain CA.

I Présentation et vote du budget prévisionnel de la SPL 2020

La présentation du budget est faite par Christelle PRUET, expert-comptable de la SPL. En préparation de cette de présentation, un document financier préparatoire intitulé « Projet de développement – SPL Landes Chalosse en date du 18-02 -2020 » a été préalablement envoyé aux administrateurs par mail le 25 février dernier.

C.Pruet reprend les points essentiels :

Les activités lucratives

Le champ d'application de la TVA (« TVA en dedans ») :

La TVA va s'appliquer sur le Chiffre d'affaires avec des règles d'application différentes selon les activités :

- Boutiques : application de différents taux de TVA selon les produits (5.5% pour alimentation / 20% pour les goodies)
- Billetterie : application de la TVA sur la marge 10%

- Offres packagées : TVA sur la marge 20%
- Halte jacquaire : TVA 10%
- Régie publicitaire : TVA 20%

Les taxes de séjour, cotisations et subventions restent hors champ d'application de la TVA.

En contrepartie :

- les charges directes liées à ces activités vont donner lieu à récupération de la TVA (sauf pour les opérations soumises aux règles de la TVA sur la marge)
- les charges de fonctionnement vont donner lieu à une quote-part de TVA déductible selon un prorata (toute la TVA sur nos frais ne va pas être récupérée, une partie va passer en charges)

Estimation par rapport aux CA effectués en 2019 sur les 2 ex OT. Estimation relativement prudente	TOTAL
BOUTIQUES	12 148
VISITES GUIDEES	23000
BILLETERIE ST SEVER	85000
BILLETERIE CHANSONS ET MOTS D'AMOU / FEST ABBAYES	59000
HALTE JACQUAIRE SAINT SEVER	6736
	185 884

Le taux de marge :

Il correspond au bénéfice brut (Chiffres d'affaires (CA) – Achats) /CA

Exemple taux de marge à 43%, quand je vends 100 je gagne 43.

	TAUX DE MARGE MOYEN
BOUTIQUES	20%
VISITES GUIDEES	43%
HALTE JACQUAIRE	5%
BILLETERIE ST SEVER	3%
BILLETERIE CMA	3%
BILLETERIE FA	3%

Activités complémentaires :

Cotisations : 9000€

Taxe de séjour : 28 000€

Régie de publicité : 2500€

V.Masson indique que la campagne de cotisation touche à sa fin et les 9000€ sont presque atteints.

Les 28 000€ de Taxe de séjour sont calculés sur la base 2019 de Chalosse Tursan. L.Ducamp estime que les recettes d'Amou seront autour de 5000€ donc le résultat 2020 devrait être meilleur que cette estimation.

Financement public :

- une subvention de la Communauté de Communes de Chalosse Tursan de 420 000€

- une subvention de la Communauté des Communes Coteaux et Vallée des Luys : 98 000€

En synthèse, le CA de la SPL sera de

Activités lucratives	185 884
Cotisations	9 000
Taxe de séjour	28 000
Régie publicité	2 500
Sub Chalosse Tursan	420 000
Sub Coteaux et Vallée des luys	98 000
	743 384

C.Pruet précise que dans l'activité lucrative, il y a une part très importante (150 000€ sur 185 000€) qui concerne la billetterie avec in fine une marge appliquée par l'OT très petite. V.Masson rappelle qu'en 2019 sur 83 000€ de CA billetterie, la marge pour l'OT n'a été que de 3000€. Ce point sera traité ultérieurement.

Charges de fonctionnement :

Total Budget : 405 558€ dont pour les postes les plus significatifs :

Personnel extérieur :

Ce poste comprend :

- Ménage St Sever : 2500€
- Ménage Hagetmau : 500€
- Mise à disposition des salariés par les Communautés des Communes :

LE PANERER Alizée	Médiatrice du patrimoine, 30% à l'OT (70% à la mairie de Saint-Sever)	13 400
WOEHREL Maryline	Chargée de mission Landes Intérieures – quote part de Chalosse Tursan	12 000
MASSON Virginie	12 Mois sur temps plein (or elle est à 80%)	59 626
GOMEZ Amandine	CM 2 Mois+ 50% 4 Mois+ 80% 6Mois, en charge de la communication	20 738
DAUGREILH Valérie	12 Mois sur temps plein (or 30% de son temps de travail est dédié à la culture pour CDC CT), en charge de la taxe de séjour et ingénierie (Saint-Sever et Hagetmau)	36 431
LAMOTHE Carine	12 Mois, en charge de la boutique et billetterie (Saint-Sever)	34 284
LAFARGUE Marie Daniele	12 Mois, guide et Tourinsoft (Saint-Sever)	29 390
Marion BEHRO	2 Mois + 50% 6Mois, en charge de la communication	9 895
BOVY Lucy	5 Mois puis salariée SPL, en charge de la commercialisation (Saint-Sever et Hagetmau)	11 615
FRAY Gisèle	3 Mois puis salariée SPL, en charge de la qualité, de l'accueil et de l'observatoire	9 496
DE ZEN Hélène	3 Mois puis salariée SPL, en charge de la relation aux prestas (Hagetmau)	8 107
DESPOUYS Sandrine	12 Mois, en charge de la relation aux prestas (Hagetmau)	28 344
		273 326

V. Masson précise que toutes les personnes (à part elle, Alizée et Maryline), en plus de leurs délégations citées ci-dessus sont également en charge de l'accueil de l'OT. C.Duvignau n'est pas comptée dans ce tableau vu qu'elle est déjà salariée de la SPL.

Publicité : 53 059€HT

Ce poste comprend :

- Site internet 2500€ HT
- Screen live (écrans dynamiques dans les OT – Saint-Sever, Hagetmau, Amou) : 833€HT
- Encart publicitaire : 8143€HT
- Facebook : 4167€HT
- Automne Gourmand Amou : 4583€HT

- Graphisme/impression : 20 833€HT
- Action de communication APR : 12 000€HT

Autres services extérieurs : 12 580€HT

- Formation Virginie : 2270€HT
- Formation Mona : 833€HT
- Formation Equipe : 833€HT
- Démarche qualité : 1805€HT (L'OT doit repasser en 2020 tous les tests mystère sur l'ensemble de ses lieux d'accueil, permanents et saisonniers afin de conserver la marque)
- Flux vision CDT : 2500€HT
- Reversement Maison Sentex : 600€
- Reversement taxe de séjour au CD40 : 3000€
- Mise en place Teogest 738.8€HT

Impôts et Taxes

Les impôts et taxes tiennent compte :

- d'une taxe sur salaires à la hauteur du contre-prorata : 16 000€
- d'une partie de TVA non déductible : 16 349€
- CFE 750€

Les charges de personnel dans la SPL

	Salaire Brut		Charges	Total
DUVIGNAU Chrystel – 12 mois	2088	27141	713	9274
FRAY Gisèle – à partir d'avril	2145	19305	985	8865
DE ZEN Hélène – à partir d'avril	1880	16920	820	7380
BOVY Lucy – à partir de juin	1682	11774	418	2926
TOTAL SALARIES	7795	75140	2936	28445
5 SAISONNIERS		16654		3037
		91 794		31 482

Les saisonniers 2020 ont été calculés sur la même organisation que 2019 (Cave, Crypte Hagetmau, Musée de Saint-Sever, Accueil Saint-Sever et Brassempouy). O.Lafitte indique que ce n'est peut-être pas nécessaire de maintenir le saisonnier de Brassempouy. P. Beaumont précise que tout a été calculé comme en 2019 mais que si effectivement ce n'est pas nécessaire, nous ne sommes pas obligés d'effectuer ces recrutements.

Synthèse des comptes

Rentabilité du projet	2020
Chiffre d'affaires	743 384
Ventes + Production réelle	743 384

Marge globale	574 456
Résultat d'exploitation	10 845
Résultat de l'exercice	7 808
Dotations aux amortissements	2 551
Capacité d'autofinancement	10 359

La capacité d'autofinancement c'est la réserve de sécurité indiquée C.Pruet.

⇒ **Le président procède au vote : BUDGET VOTE A L'UNANIMITE DES PRESENTS**

II. Plan d'actions synthétique 2020

La présentation du plan d'actions est faite par V.Masson. 12 points le composent.
Arrivée d'A.Tauzin au CA.

1. Accueil

On a tendance à l'oublier, mais c'est notre 1er métier. 3 lieux d'accueil à l'année + 3 antennes saisonnières + accueil spécifique des pèlerins à Saint-Sever.

L'accueil doit rester la priorité de l'OT Landes Chalosse. Il doit être personnalisé, force de valeur ajoutée, en accord avec les attentes d'aujourd'hui (ex: WIFI, espaces de connexion, OT comme un lieu d'expériences...) et humaniser un territoire.

Par conséquent, les conseillers en séjour deviennent des EXPERTS DU TERRITOIRE et les prestataires, des AMBASSADEURS.

L'objectif 2020 est de conserver la Marque Qualité Tourisme (passage des tests mystères en cours d'année dans tous les lieux (siège et BIT) de l'OT et de candidater à la catégorie 2 (toute la procédure est à refaire).

⇒ **Le président procède au vote : CANDIDATURE A LA CATEGORIE 2 VOTEE A L'UNANIMITE**

2. Animation / Coordination des prestas



L'avenir des OT en milieu rural ou à touristicité moyenne passe et passera par les prestataires.

Selon plusieurs rapports d'études et rencontres entre professionnels, le marketing n'est plus la préoccupation 1ère des dirigeants d'OT.

L'OT doit être identifié comme l'acteur essentiel leur permettant de répondre à leurs problématiques en commençant par : la mise en réseau des acteurs / la connaissance parfaite et intégrale de ces derniers / l'action commerciale...

V.Masson demande si quelqu'un peut l'aider à rentrer en contact avec *Inspector Cluzo*, car elle pense que leur médiatisation et leur image de marque peut être utile à l'OT. Malgré toutes ses initiatives, elle n'arrive pas à avoir leur retour. Les administrateurs ne partagent pas son avis et personne ne peut ou ne souhaite l'aider dans cette initiative. O. Lafitte ne veut pas qu'ils écrivent l'édito du guide animations. A.Tauzin pense qu'Inspector Cluzo n'est pas le leader

d'opinion dont l'OT a besoin. La crainte de V.Masson est que d'autres OT nous les « volent » et surfent sur cette opportunité médiatique et d'image.

3. Boutique

L'état d'esprit général est une envie de mettre en avant nos acteurs locaux à travers leurs pépites. C'est également une réalité économique que celle d'augmenter la capacité d'autofinancement de l'OT à travers les marges de la boutique. Et enfin, c'est positionner l'OT comme un lieu d'expérience, duquel on ramène un souvenir.

Nos objectifs : des boutiques décuplées sur l'ensemble des lieux de l'OT ; des produits floqués Landes Chalosse ; des prestataires mis en avant, rigoureusement sélectionnés selon une charte ; un CA à augmenter (obj 12 000€).

Les difficultés rencontrées sont : des espaces de vente contraints sur tous nos lieux d'accueil et qui ne répondent plus à la demande des consommateurs (ambiance, déco, mobilier vieillissant) et une politique tarifaire à revoir totalement due au passage en SPL (réajustement en interne à faire avec instauration TVA, paramétrage des caisses enregistreuses sur 300 produits...).

Enfin, V. Masson explique que le CA doit se positionner sur la valeur des stocks boutique des 2 ex OT. La valeur d'achat du stock de Chalosse Tursan est de 12 000€, celle d'Amou d'environ 4000€. La valeur actuelle est méconnue car les stocks s'étalent sur plusieurs années. **L'ensemble des administrateurs s'accorde pour céder gracieusement ces stocks à la SPL.**

4. Billetterie

Des programmeurs viennent spontanément vers nous, gage de notre montée en puissance et de notre visibilité. On va vendre en 2020 des événements importants (Corrida de Saint-Sever) et Chansons et mots d'Amou. Par ailleurs, l'OT est par ce biais devenu un lieu identifié et utile aussi pour les locaux.

Nos objectifs sont de décupler nos lieux de vente, de créer des produits packagés pour la corrida, de développer une communication dédiée sur les publics des événements (newsletter), d'augmenter notre CA et en 2021 de mettre la billetterie en ligne.

Les difficultés rencontrées sont les mêmes que pour la boutique : des espaces de vente contraints sur tous nos lieux d'accueil (au même moment en juin, on accueille les pèlerins, les acheteurs pour la corrida et les touristes) et qui ne répondent plus à la demande des consommateurs (ambiance, déco, mobilier vieillissant) et une politique tarifaire à revoir totalement due au passage en SPL (maintien de la marge directe pour l'OT de 1€ + ajout de 0,20€ de TVA à collecter et reverser à l'Etat).

En définitive, le bénéfice net pour l'OT est peu important en comparaison avec le CA à obtenir et le temps passé par l'équipe (la vente d'un billet de corrida prend entre 10 et 15 minutes pour juste 1€ de commission). V.Masson a conscience que ce n'est pas aujourd'hui que l'on va revoir ce modèle économique mais souhaite que le CA ait connaissance de cette difficulté. Elle demande à pouvoir regarder ce que font les autres OT, de revenir en septembre avec des nouvelles propositions. A.Tauzin pense que le bénéfice de l'OT doit augmenter par le volume des ventes et non par l'augmentation de la marge : on doit vendre plus, plus de spectacles, plus de places, et mieux les vendre. La section Toros est partante pour travailler avec l'OT sur la numérisation des arènes. V.Masson indique que 2 personnes travaillent déjà à temps plein pendant au moins 2 mois sur la vente de la corrida, si on veut que les volumes de vente soient encore plus importants, les filles n'auront plus le temps de faire d'autres missions. **Les administrateurs s'accordent d'étudier de nouvelles pistes qui seront présentées dans quelques mois.**

Par ailleurs, A. Tauzin demande à ce que l'OT travaille des **actions spécifiques d'e-mailing**, quitte même à facturer ces actions de marketing direct aux producteurs de spectacles et d'événements. L'OT ne le fait pas et n'a pas d'outils. V. Masson peut mettre en place des newsletter ciblées pour la corrida en 2020 et réfléchir en interne à une organisation plus dense et professionnelle pour 2021. A. Tauzin souhaite que l'OT remédie à cela en 2021.

5. Promotion touristique (web et papier)

Avec la fin des OT Chalosse Tursan et des Luys on a « enfin » supprimer des strates de communication touristique peu opportunes. Il ne reste plus que « Landes Chalosse » et « Landes Intérieures ». Maintenant, nous avons une charte graphique unique, un territoire unique, au service d'un message enfin uniforme qui ne brouille plus les utilisateurs.

L'objectif est d'avoir moins de documents mais plus harmonieux, bien pensés, qui d'éloignent petit à petit des annuaires touristiques pour être davantage des compagnons de voyage... et tout ceci de plus en plus avec nos camarades de Landes Intérieures.

Au sein de Landes Chalosse : Catalogue Groupes / Guide animations été 2020 / Guide vacances 2020 (avec la thématique « gastronomie » qui sera travaillé sous l'angle « journalistique » et encartée dans le document / Flyers Saint-Sever / Grands kakémonos de rues à Saint-Sever (ouverture Landes Chalosse avec Brassempouy et Festival Chansons et Mots d'Amou) / Facebook et Instagram / Harmonisation interne des saisies « Sirtaqui » (base de données régionale qui alimente de nombreux sites @ et supports / Relations médias / Une stratégie digitale à consolider à 3 ans

Au sein de Landes Intérieures : Carte touristique / Facebook et blog expérientiel / Carte murale et d'inspiration / Poches à pains avec activités des OT pour les vacances d'avril avec nos boulangeries partenaires / Vidéo promotionnelle dans les cinémas du département (la vidéo est présentée en direct aux administrateurs via https://www.youtube.com/watch?v=j_JUq-u6VLs). Voir pour le rajouter au cinéma itinérant d'Amou)

V. Masson demande son aide à L. Ducamp qui a une très bonne politique de distribution pour Brassempouy. L. Ducamp est d'accord.

P. Beaumont indique qu'il a été interpellé lors de l'AG de la cave du Tursan sur la disparition du mot « Tursan » du nom de notre OT. Personne ne s'était rendu compte que depuis 6 ans maintenant toute la communication était faite sur « Landes Chalosse » et non sur le nom de notre OT. Pascal a rappelé ce fait lors de cette AG.

6. Médiation du patrimoine

L'office de tourisme Landes Chalosse a la particularité, et donc l'atout, d'être en charge de la médiation (en partie) de son patrimoine communautaire. Son action est multiple et peut se décomposer de la sorte :

Se laisser guider...

Des visites du contenu totalement repensés, décalées et innovantes

Visites guidées nocturnes en été :
Ville de Saint-Sever
Crypte d'Hagetmau

Visites guidées en juillet-août à Saint-Sever

Visites accompagnées par des Greeters

Découvrir autrement...

Géocaching « Terra Aventura » à Amou, Geaune, Miramont-Sensacq & Hagetmau (Application téléchargeable gratuitement)

Le Voyage de Guilhem, visite numérique interactive sur tablette à Saint-Sever

Visite interactive à Amou et Brassempouy (Application téléchargeable gratuitement)

Une chasse au trésor à Hagetmau et à Saint-Sever (Livrets gratuits dans les Offices de Tourisme)

Et plus encore...

Participation à la politique « Petite cité de caractère » à Geaune et Amou

Participation au copil pour le centre d'interprétation à Bascons sur la course landaise

Participation au copil sur le point de vue de Castelnet

Collaboration avec les municipalités pour la gestion de sites :

- La Crypte de Hagetmau
- Le Musée d'art et d'histoire du Cap de Gascogne à Saint-Sever

V. Masson reconnaît que la dynamique « Greeters » doit être retravaillée car elle marche peu.

Avec la création d'un Terra Aventura d'Hagetmau (sur une thématique peu développée en Aquitaine, celle du sport), on maille correctement notre territoire.

L. Ducamp rajoute que le musée de Saint-Sever a en plus développé des produits de qualité (escape game, visite terrifiante d'Halloween).

7. Commercialisation produits packagés

Le potentiel de notre territoire intéresse les groupes. Il est nécessaire pour le développer davantage de travailler avec les territoires voisins (Landes Intérieures) afin d'additionner les services et les moyens (ex donné : Mont de Marsan a une gare, pas Landes Chalosse) et de « sortir de l'OT » pour aller à la rencontre des clients (cible thermalisme).

Les objectifs fixés : Monter des produits packagés à la dimension « Landes Chalosse » (et plus uniquement Chalosse Tursan) / Co-montage de produits packagés avec le CDT / Démarchage commun avec Landes Intérieures / Multiplier les rendez-vous à l'extérieur pour présenter le territoire et les produits (1er axe : thermalisme de Dax) / Un CA à augmenter (en marge pour nous / en CA pour nos prestas) / 2021 : Billetterie en ligne.

Les difficultés en cours comme pour la boutique et billetterie, c'est l'instauration en interne d'une politique tarifaire due au passage en SPL (marge et TVA).

8. Qualité et Observatoire touristique

L'idée générale est de récolter et d'analyser des indicateurs de fonctionnement et de performance internes et externes. Les OT puissants captent les indicateurs des prestataires (ex : baisse de X% de l'hôtellerie durant la 1ere semaine de coronavirus. C'est le style de retours extérieurs que l'OT actuellement n'arrive pas à obtenir).

Nos objectifs sont : Actualiser les indicateurs de fonctionnement internes en quasi temps réel / Recueillir les indicateurs de performance des prestataires (grande marge de progression interne mais il faut que les filières jouent le jeu également) / Affiner notre analyse comparative d'une année sur l'autre, tant sur le fond, que sur la forme / En sortir des actions correctives.

9. Acteur de la politique du CDT

Le CDT nous a enfin identifié depuis quelques années comme un acteur touristique digne de ce nom. L'OT est désormais acteur et force de proposition de certains dispositifs départementaux. On peut le voir avec les accueils presse amenés par le CDT qui ont considérablement augmentés en 2019. O.Lafitte veille également en sa qualité d'élue au CDT, à ce que notre territoire soit considéré.

Concernant les objectifs fonctionnels, l'OT est : acteur du Printemps de Landes / acteur dans l'harmonisation des pratiques de saisie Tourinsoft / acteur dans le déploiement du dispositif Flux Vision sur l'ensemble Landes Chalosse (2019-2020) (en revanche on ne re déploiera pas ce dispositif en 2021, les données recueillies sont très peu exploitables car bcp trop techniques. Voir avec le CDT pour « traduire » ces données) / Force de proposition pour le Plan Média du CDT et accueil presse

Concernant les objectifs stratégiques, l'OT est au cœur de plusieurs actions structurantes du CDT : Collaboration accrue pour commercialiser des produits packagés entre Landes Chalosse et le CDT / Acteur de la marque Landes / Acteur incontournable des Landes Gourmandes : promotion, démarchage, stratégie (O.Lafitte indique que l'important évènement 2020 d'abord imaginé à Pontonx ne peut avoir lieu, le CDT est à la recherche d'un site. O.Lafitte aurait aimé que l'on récupère cet évènement pour la 1ere année. A. Tauzin indique que c'est trop court pour organiser à partir de maintenant un évènement pour octobre, il le sait de part son expérience des Festivalailles) / Réflexion collégiale sur l'itinérance (au tout début de la démarche) / Groupe de directeurs CDT-CDT (va être lancé courant 2020).

10. Management d'équipe

« *Quand souffle le vent du changement, certains construisent des murs et d'autres des moulins à vent* » Confucius

V.Masson explique que c'est utopique de penser que 2 fusions en moins de 3 ans pour les 1eres salariées (Chalosse Tursan) et une 1ere fusion pour les autres (les Luys) mais éloignées géographiquement, se passent facilement ! Par

ailleurs, on travaille sur 3 lieux de travail, on a des méthodes et des histoires différentes et les équipes ont connu en permanence des turbulences politiques. Tous ça laisse des stigmates sur les équipes ! L'équipe a beaucoup souffert en interne lors de la fusion Chalosse Tursan. V.Masson fait son mea-culpa, elle n'a pas assez accompagné son équipe au changement, elle a cru qu'impulser une dynamique suffisait, or ça ne l'est pas.

Mais forte de tous ces enseignements, V.Masson a voulu préparer, au mieux et différemment cette seconde fusion. Ceci a été rendu possible par la rencontre avec C.Pruet qui en parallèle de son métier d'expert-comptable, accompagne les entreprises au changement.

Le processus mis en place : on est plus fort des expériences passées / Virginie est partie en formation « Management » fin 2019 dispensée par la fédération des SPL / la veille constante montre que les entreprises ont de plus en plus conscience qu'elles doivent opérer une transformation managériale / accompagnement de l'OT par Chrystelle (MERCI).

Les objectifs de cet accompagnement sont de rendre l'équipe agile, bienveillante et solidaire. Pour cela, elle a travaillé sur SES VALEURS, à travers 2 constructions d'équipe. On va maintenant les mettre en application. Christelle rappelle que travailler les fondations et l'aspect culturel d'une organisation, c'est essentiel.

Les valeurs ne sont pas communiquées au CA car elles appartiennent à l'équipe.

Virginie rappelle que manager une équipe de 12 personnes, c'est normalement un poste à temps plein. Elle a envie de le mener à bien mais est engluée dans la somme des procédures à mettre en place pour stabiliser la SPL.

Transfert de tous les salariés dans la SPL selon statuts différents (info Comité Technique)

Transferts privés et mises à disposition de CDI de la fonction publique.

Le comité technique a émis un avis défavorable pour la bascule des salariés en CDI de la fonction publique dans la SPL. Pour O.Lafitte, c'est afin de protéger les salariés. Virginie rappelle que ce ne sont pas les salariés qui ont fait le choix de créer une SPL ; mais au moins ont leur avoir laissé le choix de leur statut de salarié. Donner un avis défavorable, ce n'est pas franchement les aider selon elle. Donc, il convient d'attendre le second avis négatif en mai puis le président passera outre (afin de passer le contrôle de légalité). La bascule des salariés prévue dans la SPL en avril (cf. Budget) est retardée d'au moins 3 mois.

Recrutement des saisonniers

La phase de recrutement va être enclenchée en avril pour une opérationnalité au 1^{er} juillet.

Réflexion Télé travail

Virginie souhaite étudier la possibilité d'instaurer un protocole de télétravail. C'est une demande de plus en plus pressante et légitime de certaines salariées qui viennent de loin tous les jours (Pau) pour travailler. G.Couture et O.Lafitte ne souhaitent pas que l'on réponde aux injonctions des salariées. Pour G.Couture, vivre loin de son emploi, c'est un choix de vie. O.Lafitte explique que ça a été mis en place au CD40 et que malgré des demandes multiples au début, finalement ça fonctionne très peu. Virginie insiste, c'est désormais un fait de société, toutes les entreprises s'y mettent. C.Pruet corrobore ses propos, si on veut garder et faire venir de nouveaux talents dans nos territoires ruraux, il faut que l'on s'y mette. M.Pruet comprend la demande, la trouve légitime. Il faut juste que ça soit très bordé, cadré. A la CDC Chalosse Tursan le protocole vient d'être instauré. On peut aller travailler dans les différents lieux de la communauté et non uniquement au siège. Ce n'est pas tout à fait du télétravail comme Virginie l'entend. Mme Hillotte pense qu'effectivement il convient de s'adapter à la société, ça ajoute du confort et de l'efficacité pour le salarié, c'est démontré. Finalement après débat, tout le monde s'accorde à dire que Virginie peut réfléchir à la question et revenir en CA avec des propositions.

Cas Lucie BOVY, CDI SPL

Lucie BOVY a cumulé les CDD de la fonction publique au sein de l'OT Chalosse Tursan (près d'une dizaine en 3 ans et demi). Elle va basculer dans la SPL. Virginie souhaite qu'elle ait un CDI dans la nouvelle organisation, l'organisation a besoin de stabiliser cet emploi, utile et elle fait du bon travail. Christelle indique que de toutes façons dans une organisation privée, on ne peut pas cumuler plus de 2 CDD.

⇒ **Le CA vote à l'unanimité le passage en CDI de Lucie BOVY lors de son transfert dans la SPL**

Logiciel de gestion des plannings et des activités

Le CA est informé que l'OT vient de se doter d'un logiciel (payant) de gestion des plannings (3 lieux à l'année, une équipe éparpillée, des temps partiels multiples, des natures de contrats différents et donc des calculs différents ; il était nécessaire d'avoir un outil performant de gestion de plannings).

Fin contrat de la chargée de mission LI, nouveau recrutement aout 2020

Le CA est informé que la chargée de mission Landes Intérieures ne renouvèlera pas son contrat à l'issu de ce dernier (juillet). Les OT procéderont donc à un nouveau recrutement.

11. Harmonisation de la SPL

Virginie présente le nuage de mots suivants : *Statuts / Préfecture / Tribunal de commerce / CCI / Kbis / Banque / capital social, compte courant, mandats, salaires, accès, TPE, Mutuelle / Prévoyance / RGPD / Assurances (lieux, équipe, RCP) / Transfert de tous les contrats (et paiement des pénalités) / Contrats de travail / Harmonisation du social / Comité technique / Inpi / Organisme de cautionnement / Immatriculation de commercialisation / OTF / Fédé des EPL / Classement préfectoral / Comité consultatif SPL / Règlement intérieur (contrôle analogue) / Règlement intérieur équipe / Convention d'objectifs et de moyens / Instauration de la TVA / Commissaire aux comptes / SIREN...SIRET / Budget privé / budget public / Convention d'occupation des sites / Programmation Caisse enregistreuse etc...*

Elle indique que depuis 6 mois et pour encore quelques mois, elle consacre quasi tout son temps à « monter » administrativement, financièrement, juridiquement, fiscalement la SPL. Elle fait de son mieux, mais ne maîtrise pas tout, tout en impulsant en parallèle les missions intrinsèques de l'OT (le plan d'actions présenté).

12. Projet Maison Darqué

C'est un projet de la communauté de communes Chalosse Tursan mais qui va être au service de la SPL. L'idée est d'avoir un OT innovant, accueillant, un lieu d'interprétation du territoire ; comme l'OT de la Ténarèze dans le Gers (qui s'appelle d'ailleurs la « Fabrique à souvenirs » et non plus « Office de Tourisme »).

Après l'étude architecturale de 2019, la communauté de communes en est actuellement à l'assistance à la maîtrise d'ouvrage. Virginie coconstruit ce projet avec les autres services de la collectivité qui sera découpé en deux équipes d'intervention 1) l'architecte 2) le scénographe.

M.Pruet rajoute que dans le lieu actuel et le projet imaginé, il n'y pas les bureaux de l'équipe qui devront être aménagés « ailleurs ».

III. Projet de réglementation intérieur – Contrôle analogue des collectivités

L'avocat qui nous a accompagné pour la SPL a finit son travail. Il nous conseille de mettre en place un règlement intérieur permettant aux deux CDC, actionnaires de la SPL, d'assurer leur contrôle analogue. Le document présenté ici est celui de l'avocat. Pour O.Lafitte il est trop complet, pas en phase avec notre territoire, valable pour toutes les SPL tous domaines d'activités confondus. Beaucoup ne l'ont pas lu. Comme il n'y a pas d'urgence, il est demandé à Virginie de le retravailler, en collaboration avec les 2 DGS de 2 collectivités, afin de l'alléger et qu'il colle davantage à notre réalité d'office de tourisme. Il sera donc représenté lors d'un prochain CA. Il est à noter qu'il devra également être voté en conseil communautaire.

IV. Questions diverses

- Classement en catégorie → Voté en début de CA
- Question d'Odile Lafitte concernant le Comité Consultatif (comité des prestataires en parallèle du CA, prévu dans les statuts de la SPL) : Pascal, Odile et Virginie ont pensé aux personnes ressources de notre territoire. Virginie doit maintenant les démarcher avant l'été. Le Comité Consultatif n'aura pas droit de vote mais pourra être réuni en même temps que les CA et donner son avis.

- Question de Christine Fournadet concernant le logiciel Taxe de séjour « Nouveaux Territoires » : il faut l'étendre au territoire de Luys. Le logiciel est propriété de la collectivité Chalosse Tursan, il a couté à l'époque 7000€ co-financé en partie par l'appel à projets régional. Virginie va demander l'extension pour l'autre territoire. Cette extension (développement informatique) sera payée en investissement par la CDC des Luys. Virginie se rapproche du prestataire pour avoir plus de précisions, un devis et négocier que les frais de fonctionnement (1800€ par an pour Chalosse Tursan) englobe aussi le territoire des Luys).

Comment Valérie DAUGREILH, régisseuse de la taxe de séjour (fonctionnaire) peut continuer à exercer cette mission en étant mise à dispo de la SPL ? Pour M.Pruet, il faut que cette mission soit exercée pendant son 30% Culture, en tant que fonctionnaire de la collectivité. M.Pruet demande à ce que l'on voit avec les percepteurs pour qu'elle le fasse également pour la collectivité des Luys (soit elle a un alter égo à la CDC des Luys / soit il y a la possibilité qu'elle soit mise à disposition entre les 2 collectivités ?).

CLOTURE

Plus rien n'étant à l'ordre du jour, la séance est levée.

De tout ce que dessus, il a été dressé le présent procès-verbal qui a été signé par le Président Directeur Général.

Fait à Saint-Sever, le 19 mars 2020.

Le Président Directeur Général
Pascal BEAUMONT