

**COMMUNAUTE DE COMMUNES DU GENEVOIS**  
**Bâtiment Athéna – Technopole d'ARCHAMPS – 74 160 ARCHAMPS**

L'an deux mil vingt-quatre, le vingt-sept mai à vingt heures,  
le **Conseil communautaire**, dûment convoqué, s'est réuni en session ordinaire dans les locaux de la Communauté de Communes du Genevois à Archamps, sous la Présidence de Monsieur Pierre-Jean CRASTES, Président.

Nombre de membres :  
en exercice : 49  
présents : 32  
procurations : 10  
votants : 42

Date de convocation :  
21 mai 2024

**PRESENTS** : G. ZORITCHAK, S. BEN OTHMANE, M. GENOUD, Nicolas LAKS, P.-J. CRASTES, A. CUZIN, V. LECAQUE, C. CACOUAULT, S. KARADEMIR, E. ROSAY, M. MERMIN, L. VESIN, V. LECAUCHOIS, J. BOUCHET, M. DE SMEDT, D. JUTEAU, D. CHAPPOT, D. BESSON, P. DURET, S. DUBEAU, E. BATTISTELLA, J.-P. SERVANT, B. FOL, A. MAGNIN, H. ANSELME, A. AYEYEB, M.-N. BOURQUIN, S. RODRIGUEZ, F. de VIRY, M. SECRET, F. BENOIT, F. GUILLET

**REPRESENTES** : A. RIESEN par G. ZORITCHAK, Nathalie LAKS par Nicolas LAKS, P. CHASSOT par V. LECAQUE, M. SALLIN par M. MERMIN, C. VINCENT par L. VESIN, I. ROSSAT-MIGNOD par P. DURET, G. NICOUD par D. BESSON, J.-C. GUILLON par V. LECAUCHOIS, C. DURAND par A. MAGNIN, J. LAVOREL par F. BENOIT

**EXCUSEE** : M. GRATS

**ABSENTS** : J.-L. PECORINI, L. DUPAIN, S. LOYAU, J. CHEVALIER, L. CHEVALIER, C. MERLOT

Secrétaire de séance : Madame Véronique LECAUCHOIS

**Délibération n° c\_20240527\_tour\_53**

**5.7. INTERCOMMUNALITE**

**APPROBATION DES COMPTES ADMINISTRATIFS ET DE GESTION 2023,  
DU BUDGET PRIMITIF 2024, ET DU PLAN STRATEGIQUE ET MARKETING 2024  
DE L'OFFICE DE TOURISME DES MONTS DE GENEVE**

Le Conseil,

*Vu l'exposé de Monsieur de Viry, 12ème Vice-Président,*

Par délibération n° 2024-12 du 22 mars 2024, le Comité de direction de l'Office de Tourisme des Monts de Genève, constitué sous la forme d'un établissement public industriel et commercial (EPIC), a approuvé les comptes administratifs et de gestion 2023 de ce dernier.

Conformément aux dispositions de l'article R133-16 du code du tourisme, ces comptes doivent également être soumis à l'approbation des Conseils communautaires des établissements publics de coopération intercommunale (EPCI) membres : Annemasse Agglo, la Communauté de Communes du Genevois et la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles.

- Comptes administratifs et de gestion 2023

		Dépenses	Recettes	Solde d'exécution
Réalisation de l'exercice 2023	Section exploitation	1 266 523,19	1 602 630,60	336 107,41
	Section investissement	33 891,32	63 808,31	29 916,99
Report de l'exercice 2022	Report section exploitation	0,00	260 981,11	
	Report section investissement	10 566,00	0,00	
Résultat cumulé 2023	Section exploitation	597 088, 52		
	Section investissement	19 351,18		

Les résultats seront affectés au budget primitif 2024 de l'EPIC Monts de Genève respectivement au chapitre 002 (R) de la section d'exploitation et au chapitre 001 (R) de la section investissement.

Le bilan d'activité 2023 sera présenté ultérieurement par l'EPIC Monts de Genève aux trois EPCI membres.

- Budget 2024 et plan stratégique marketing associé pour l'année 2024

Par délibération n° 2024-13 du 22 mars 2024, le Comité de direction de l'EPIC Monts de Genève a approuvé le budget primitif 2024 :

- La section d'exploitation s'équilibre en recettes et en dépenses à 2 120 331 € ;
- La section d'investissement s'équilibre en recettes et en dépenses à 70 251 €.

Conformément aux dispositions de l'article R133-15 du code du tourisme, le budget primitif de l'EPIC Monts de Genève doit également être soumis à l'approbation des Conseils communautaires des EPCI membres.

La convention d'objectifs 2024-2026 signée par ces derniers et l'EPIC Monts de Genève prévoyait la répartition des subventions 2024 comme suit :

- 247 441 € d'Annemasse Agglo ;
- 128 373 € de la Communauté de Communes du Genevois (au prorata du nombre d'habitants et conformément à la délibération n° 20231218\_cc\_tour\_158 du Conseil communautaire du 18 décembre 2023) ;
- 42 406 € de la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles.

Le document d'orientations budgétaires 2024 propose d'utiliser l'excédent d'exploitation pour dynamiser et renforcer les actions qui pourront être menées pour développer l'accueil, la comm

En 2024, quatre éléments structurent la stratégie de la destination :

- L'élargissement de la destination au Pays de Cruseilles, après une année de partenariat en 2023 ;
- Le nouveau nom « Monts du Genevois » et une nouvelle marque plus territorialisée tournée vers une clientèle plus locale et régionale ;

*Vu les comptes administratifs et de gestion 2023 de l'EPIC Monts de Genève annexés à la présente délibération ;*

*Vu le plan stratégique et marketing 2024 de l'EPIC Monts de Genève annexé à la présente délibération ;*

*Vu le budget primitif 2024 annexé à la présente délibération ;*

## DELIBERE

**Article 1** : **approuve** les comptes administratifs et de gestion 2023 de l'EPIC Monts de Genève, figurant en annexe 1 à la présente délibération.

**Article 2** : **approuve** le plan stratégique et marketing 2024 de l'EPIC Monts de Genève, figurant en annexe 2 à la présente délibération.

**Article 3** : **approuve** le budget primitif 2024 de l'EPIC Monts de Genève, figurant en annexe 3 à la présente délibération.

**Article 4** : **rappelle** que les crédits sont inscrits au principal – exercice 2024 – chapitre 74 - dotations, subventions et participations.

**Article 5** : **autorise** Monsieur le Président à accomplir toutes les démarches et à signer tous les documents nécessaires à l'exécution de la présente délibération.

- ADOpte A L'UNANIMITE -

VOTE : POUR : 42

CONTRE : 0


ABSTENTION : 0

Le Président certifie exécutoire cette délibération



Télétransmise le 04/06/2024

Publiée électroniquement le 04/06/2024

La secrétaire de séance,  
Véronique LECAUCHOIS


Le Président,  
Pierre-Jean CRASTES

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours gracieux adressé au Président ou d'un recours en excès de pouvoir devant le tribunal administratif de Grenoble dans un délai de deux mois à compter de sa publication ou sa notification.

- Le schéma de développement touristique et une nouvelle feuille de route cohérente qui dessine les nouveaux axes stratégiques des prochaines années et indique les objectifs de développement à atteindre.

Le plan stratégique et marketing 2024 associé au budget primitif 2024 suit les quatre objectifs de la convention quadripartite pluriannuelle 2024-2026 :

- Faciliter le parcours-client, réinventer l'expérience-mobilité des visiteurs et des habitants ;
- Structurer et mettre en synergie les filières-clés du territoire (loisirs et affaires) ;
- Faire connaître et reconnaître les singularités et marqueurs (culturels) du Genevois français pour une notoriété renforcée de la destination ;
- Doter la destination d'une organisation efficace et moderne pour une action partenariale au service des visiteurs, des habitants et des acteurs du territoire.

Pour chacun de ces objectifs, le plan repose sur quatre piliers :

- Démarche qualité ;
- Service aux habitants ;
- Indicateurs ;
- Tourisme durable.

Ce plan stratégique et marketing s'inscrit pleinement dans les prérogatives du schéma de développement touristique et prévoit le développement de deux axes.

#### Axe loisirs, sport et culture :

- Le réaménagement du Bureau Genevois ;
- Le relais d'information touristique et le déploiement de l'accueil « hors les murs » ;
- L'animation et l'optimisation de l'aménagement de la Maison de la Mobilité et du Tourisme ;
- La mise à jour du « branding » et des sites dans le cadre du déploiement de la nouvelle marque et du renforcement des relations presse.

#### Axe affaires :

- Le suivi de la convention de coopération pour la commercialisation des espaces du Centre de Convention by Archparc.

*Vu le code général des collectivités territoriales ;*

*Vu le code du tourisme et notamment ses articles L134-5, R133-1 à R133-18, et R134-12 ;*

*Vu les statuts de la Collectivité, et notamment la compétence tourisme ;*

*Vu le projet de territoire 2020-2026 approuvé par délibération n° 20211213\_cc\_adm114 du Conseil communautaire du 13 décembre 2021, et notamment sa fiche n° 7 mise en place d'une stratégie de développement économique favorisant la création d'emplois ;*

*Vu la délibération n° 20231218\_cc\_tour\_158 du Conseil communautaire du 18 décembre 2023 portant approbation de la convention pluriannuelle d'objectifs 2024-2026 entre Annemasse Agglo, la Communauté de Communes du Genevois, la Communauté de Communes du Pays de Cruseilles et l'Office de Tourisme des Monts de Genève ;*

*Vu la délibération n° 2024-12 du Comité de direction de l'EPIC Monts de Genève du 22 mars 2024 portant approbation du compte administratif et du compte de gestion 2023 ;*

*Vu la délibération n° 2024-13 du Comité de direction de l'EPIC Monts de Genève du 22 mars 2024 portant approbation du BP 2024 ;*

*Vu les statuts de l'Office de Tourisme Les Monts de Genève ;*

REPUBLIQUE FRANCAISE

Monts de Genève, Haute-Savoie - France

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo  
et à la Communauté de Commune du Genevois  
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSEDEPARTEMENT DE LA  
HAUTE-SAVOIEARRONDISSEMENT DE  
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS

N° 2024-12

PREFECTURE DE LA HAUTE SAVOIE

- 3 AVR. 2024

ARRIVÉE

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS  
DU COMITÉ DE DIRECTION

Séance du : 22 mars 2024

Nombre de membre du comité de direction : 23 titulaires et 23 suppléants

Nombre de membre présenté ou représenté : 23

Président de séance : M. ANTOINE

Secrétaire de séance : M. BARONNET

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo: (6) Messieurs ANTOINE, MEHDI, GILET, Mesdames COTTET, MARTIN, BARGES-DELATTRE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (4) Monsieur DE VIRY, Mesdames LOYAU, LECAUCHOIS. Madame CACOUAULT est représentée par Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Pays de Cruseilles : (2) Madame BOETTNER, Monsieur CLERJON.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (11) Messieurs MOUCHET, VINCI, BARONNET, LUSTEAUX, GIRERD, SAGE-VALLIER, JACQUEMOUD, Mesdames BERTAL, CARTIER, QUEMENT, COUCHOURON.

Membres de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA, AVICE, RAMAULLY, RAMPON, BEAUPERE, BEARD, PERRIER, LACAN, PLÉE, REVUZ, TOUCHE, RUJID-OOZEER, Messieurs CORNARD, SOUVANSANOUK.

Invités présents : Monsieur BARRET, Madame MAGDELEINE.

**OBJET : Approbation du compte administratif et du compte de gestion 2023**

Vu les articles L134-6 et R.133-10 du code du tourisme,

Vu l'article 7 des statuts de l'E.P.I.C Monts de Genève qui prévoit que l'approbation du compte administratif et compte de gestion est une attribution du Comité de direction.

Considérant que Monsieur le Vice-Président proposera aux membres du Comité de direction, les résultats du compte administratif 2023,

Considérant que le compte de gestion sera identique au compte de résultat,

Considérant que Monsieur le Vice-Président présentera les documents en annexes.

Les résultats établis au 31/12/2023 sont les suivants :

- **Résultat exploitation 2023 : + 597 088,52 €**
- **Résultat investissement 2023 : + 19 351,18 €**

Considérant qu'il est proposé d'affecter les résultats comme suit :

- **Chapitre 002 (R) de la section exploitation : 597 088,52 €**
- **Chapitre 001 (R) de la section investissement : 19 351,18 €**

Considérant que les affectations par chapitres.

Considérant que le compte administratif sera présenté lors de la séance.

Considérant que le compte administratif est conforme au compte de gestion du Trésorier Principal.

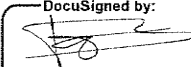

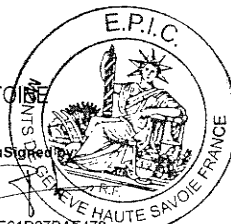
Considérant que le compte administratif sera annexé à la présente délibération.

Au vu de cet exposé, le Comité de direction,

**APPROUVE** à l'unanimité le compte administratif 2023 et constater sa conformité avec le compte de gestion.**APPROUVE** à l'unanimité l'affectation du résultat.**M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.****Le 22 mars 2024,****Affiché ou notifié le 22 mars 2024,**

Ainsi fait et délibéré en séance,

Pour extrait conforme.

Le Secrétaire de séance  
Monsieur BARONNETLe Président  
Monsieur ANTOINEDocuSigned by:  
  
D163F02A0A5C4A6...DocuSigned by:  
  
CCAE61D97DAE479  


## Annexe 1/1 – CA et CDG 2023

EXECUTION DU BUDGET							
		DEPENSES		RECETTES		SOLDE D'EXECUTION (1)	
REALISATIONS DE L'EXERCICE (mandats et titres)	Section d'exploitation	A	1 266 523,19	G	1 602 630,60	G-A	336 107,41
	Section d'investissement	B	33 891,32	H	63 808,31	H-B	29 916,99
		+		+			
REPORTS DE L'EXERCICE N-1	Report en section d'exploitation (002)	C	0,00 (si déficit)	I	260 981,11 (si excédent)		
	Report en section d'investissement (001)	D	10 566,00 (si déficit)	J	0,00 (si excédent)		

RESULTAT	Section Exploitation	597 088,52
CUMULE 2023	Section Investissement	19 351,18


Résultats budgétaires de l'exercice			
27300 - OT MONTIS DE GENEVE HTL SAVOIE			
Exercice 2023			
	SECTION D'INVESTISSEMENT	SECTION DE FONCTIONNEMENT	TOTAL DES SECTIONS
<b>RECETTES</b>			
Prévisions budgétaires totales (a)	81 027,60	1 780 670,00	1 861 697,60
Titres de recette émis (b)	63 808,31	1 602 630,60	1 666 438,91
Réductions de titres (c)			
Recettes nettes (d = b - c)	63 808,31	1 602 630,60	1 666 438,91
<b>DEPENSES</b>			
Autorisations budgétaires totales (e)	81 027,60	1 780 670,00	1 861 697,60
Mandats émis (f)	33 891,32	1 278 941,17	1 312 832,49
Annulations de mandats (g)		12 417,98	12 417,98
Depenses nettes (h = f - g)	33 891,32	1 266 523,19	1 300 414,51
<b>RESULTAT DE L'EXERCICE</b>			
(d - h) Excédent	29 916,99	336 107,41	366 024,40
(b - d) Déficit			


Résultats d'exécution du budget principal et des budgets des services non personnalisés					
27300 - OT MONTIS DE GENEVE HTL SAVOIE					
Exercice 2023					
	RESULTAT A LA CLOTURE DE L'EXERCICE PRECEDENT : 2022	PART AFFECTEE A L'INVESTISSEMENT : EXERCICE 2022	RESULTAT DE L'EXERCICE 2023	TRANSFERT OU INTEGRATION DE RESULTATS PAR OPERATION D'ORDRE NON BUDGETAIRE	RESULTAT DE CLOTURE DE L'EXERCICE 2023
I - Budget principal					
Investissement	-10 566,81		29 916,99		19 351,18
Fonctionnement	273 487,42	12 506,81	136 107,41		597 088,52
<b>TOTAL I</b>	<b>262 922,11</b>	<b>12 506,81</b>	<b>366 024,40</b>		<b>616 439,70</b>
II - Budgets des services à caractère administratif					
<b>TOTAL II</b>					
III - Budgets des services à caractère industriel et commercial					
<b>TOTAL III</b>					
<b>TOTAL I + II + III</b>	<b>262 922,11</b>	<b>12 506,81</b>	<b>366 024,40</b>		<b>616 439,70</b>

Eddy BARONNET  
Directeur de CrazySchool

Patrick ANTOINE - Président  
Président

DocuSigned by:  
  
D163F02A0A5C4A6...

DocuSigned by:  
  
CCA6E1D97DAE478...





Destination d'Annemasse, du Genevois  
et du Pays de Cruseilles

Envoyé en préfecture le 04/06/2024  
Reçu en préfecture le 04/06/2024  
Publié le 04/06/2024  
ID : 074-247400690-20240527-C20240527TOUR53-DE



# PLAN STRATÉGIQUE ET MARKETING 2024

## Office de Tourisme des Monts de Genève

# CHAQUE ANNÉE COMPTE

2019 - 2020

**La crise**

- › Changement de direction
- › Cohésion de l'équipe autour de la nouvelle directrice et des nouveaux élus
- › Confinement sanitaire
- › Restriction drastique des actions pour s'adapter à l'effondrement des ressources financières

2021

**La refonte**

- › Nouvelle convention tripartite 2021-2023
- › Intégration de nouvelles compétences et savoir-faire
- › Définition de la stratégie marketing et des plans d'action
- › Intégration de nouveaux outils numériques

2022

**Le déploiement**

- › Mise en œuvre des plans d'action marketing
- › Mise en œuvre des outils numériques (RoadBook...)
- › Mise en place d'une nouvelle gestion de la taxe de séjour
- › Mise en place de relais territoriaux
- › Elaboration du Schéma de Développement Touristique

2023

**L'extension**

- › Poursuite des actions de déploiement et de numérisation
- › Développement du MICE pour le nouveau Centre de convention
- › Mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique (BIT...)
- › Intégration du Pays de Cruseilles
- › Missions complémentaires (Tour de France...)
- › Préparation de la convention 2024-2026

2024

**La transition**

- › Officialisation de l'élargissement de la destination au Pays de Cruseilles
- › Nouveau nom de marque « Monts du Genevois »
- › Poursuite des actions de déploiement et de numérisation
- › Développement du MICE pour les acteurs partenaires BtoB et le Centre de convention
- › Mise en œuvre du Schéma de Développement Touristique (BIT, MICE, partenariats...)



# ÉLÉMENTS STRUCTURANTS

Une année à fort enjeux. Priorité à la cohérence des projets en lien avec les 4 éléments structurants de la stratégie de la destination en 2024.

## DESTINATION ÉLARGIE 3 EPCI



Destination conjuguant affaires - loisirs indoor/outdoor, entre ville et nature.

## NOUVEAU NOM MONTS DU GENEVOIS



Nouvelle marque plus territorialisée tournée vers une clientèle plus locale et régionale.

## SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE



Une nouvelle feuille de route cohérente qui redessine les axes stratégiques des prochaines années et indique les objectifs de développement à atteindre.

## CONVENTION D'OBJECTIFS 2024 - 2026



Une convention bâtie sur :

- Un bilan opérationnel à 3 ans (2021 – 2023)
- Le SDT

## AXES DE TRAVAIL

Un plan d'actions qui décline le positionnement d'une destination loisirs indoor/outdoor, entre ville et nature. Une destination au cœur d'un territoire en pleine vitalité économique, propice à l'expérience ou l'affaires.

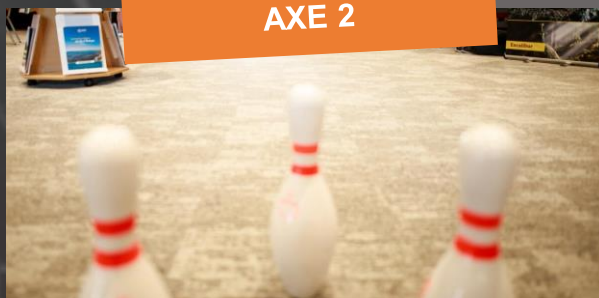
Une destination qui invite à prendre de la hauteur !

### AXE 1



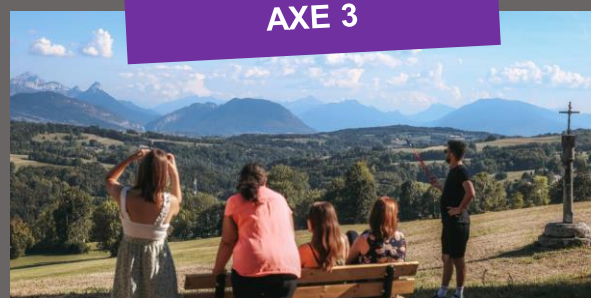
**Faciliter le parcours client et réinventer l'expérience mobilité des visiteurs et des habitants**

### AXE 2



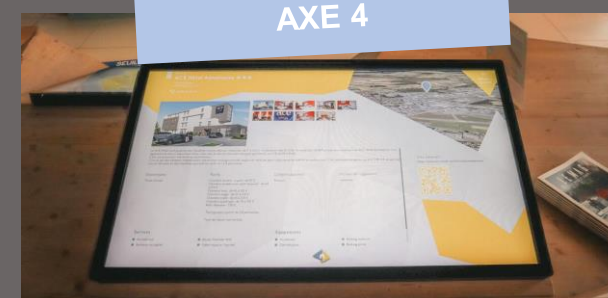
**Structurer et mettre en synergie les filières clés du territoire :  
Loisirs et affaires**

### AXE 3



**Faire connaître et reconnaître les singularités et marqueurs du genevois français**

### AXE 4



**Doter les monts de Genève d'une organisation efficace et moderne**

# PILIERS FONDAMENTAUX

## DÉMARCHE QUALITÉ



La démarche Qualité vise à améliorer en permanence la satisfaction de ses clients, ses visiteurs, ses partenaires et de ses équipes.

L'OT s'engage à maintenir :

- Le classement « Catégorie 1 »
- La Marque Qualité tourisme

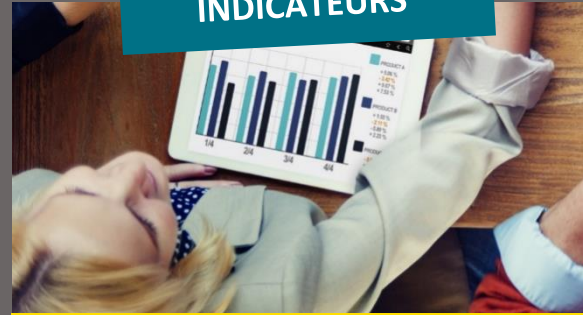
## SERVICE AUX HABITANTS



- Faire prendre conscience de la place touristique sur le territoire
- Développer le sentiment d'appartenance au territoire, et une culture de l'accueil chez les résidents
- Faire connaître le territoire aux nouveaux arrivants
- Donner la parole aux résidents dans la communication de l'OT

● Fiche action 14 - axe 4 du SDT

## INDICATEURS



- Gagner en visibilité dans la promotion du territoire
- Mettre en œuvre un marketing ciblé et partenarial pour améliorer l'efficacité des actions conduites
- Mutualiser les méthodes d'observation des clientèles
- Affiner les outils de recueil, faciliter l'exploitation des données et en assurer la restitution

● Fiche action 16 - axe 4 du SDT

## TOURISME DURABLE



L'OT met en œuvre une politique éco-responsable dans le fonctionnement général de ses services,

- politique d'achats, consommation d'énergie, de ressources matérielles, de développement de projets, tri des déchets...
- veille à impulser cette dynamique auprès de ses partenaires, en les sensibilisant (ex : label "Accueil vélo", valorisation de la mobilité...)

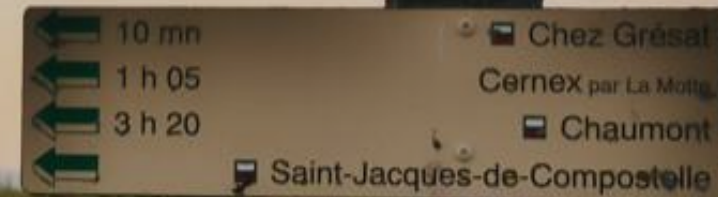


Envoyé en préfecture le 04/06/2024  
Reçu en préfecture le 04/06/2024  
Publié le 04/06/2024  
ID : 074-247400690-20240527-C20240527TOUR53-DE

Destination d'Annemasse, du Genevois  
et du Pays de Cruseilles

# DEVELOPPEMENT STRATÉGIQUE

INGÉNIERIE TOURISTIQUE, TAXE DE SEJOUR, ACCOMPAGNEMENT PARTENAIRES





# DEPLOIEMENT NOUVELLE MARQUE

Des « Monts de Genève » aux « Monts du Genevois » ●

26/02

31/04

Printemps/été

Automne/hiver

PHASAGE

## PHASE 1 : PREPARATION

Phase préparatoire entre le 26/02 (fin d'opposition) et dépôt légal (autour de mi-avril).

## BRANDING

Consolidation de la nouvelle plateforme créative  
 Création de l'argumentaire

## PRODUCTION DE CONTENU

Déclinaison des outils communication et mise à jour des contenus (site, roadbook, tables tactiles, documentation, médiathèque, ...)  
 Vidéo Motion Design sur le nom  
 Kit de communication

DEPLOIEMENT

## PHASE 2 : REVELATION

Phase d'annonce et d'officialisation du nouveau nom

## RELAIS D'INFOS

Événements partenaires (fin avril/début mai)  
 Envoi des kits com aux partenaires  
 Relations Presse

## PRODUCTION DE CONTENU

Déclinaison des outils communication et mise à jour des contenus

## PHASE 3 : NOTORIETE

Développement de la notoriété

## CAMPAGNE

Campagne digitale de destination en lien avec changement de nom.  
 Déploiement de l'été à l'hiver avec phase de notoriété et de trafic

Séjour Influence  
 Fin d'année ou début année suivante

## PRODUCTION DE CONTENU

Vidéo de destination  
 Objets Promos  
 Déclinaison des outils communication et mise à jour des contenus  
 Signalétique des BIT  
 Outils de visibilité hors les murs

# INGÉNIERIE TOURISTIQUE

## Etudes de l'offre et de projets structurants

### ETUDE DE FRÉQUENTATION DU SALEVE



- Coordonner une gouvernance projet;
- Maîtriser les flux de fréquentation;
- Encadrer les activités touristiques;
- Limiter les impacts négatifs de la fréquentation;
- Préserver les patrimoines naturels...

Fiche action 16 - axe 4 du SDT

### ETUDE DE L'OFFRE D'HEBERGEMENT



- Dresser un panorama quantitatif et qualitatif du parc;
- Proposer des perspectives de positionnement et de développement
- Préconiser un plan d'action sur plusieurs années (aménagement, gamme)...

Fiche action 9 - axe 3 du SDT

### ETUDE ESPACES DE SÉMINAIRE



- Cartographier les espaces actuels;
- Préconiser des évolutions sur les équipements et services nécessaires aux besoins liés MICE :
  - Mobilité,
  - Hébergement,
  - Services annexes (conciergerie)...

Fiche action 9 - axe 3 du SDT

### ETUDE MOBILITÉS TOURISTIQUES



- Faciliter l'acheminement des visiteurs vers les sites touristiques
- Réduire la place de la voiture individuelle
- Capter des flux de visiteurs supplémentaires pour le tourisme d'affaires ou d'agrément
- Réduire les ruptures de charge

Fiche action 1 - axe 1 du SDT

# INGÉNIERIE TOURISTIQUE

## Collaboration sur les grands aménagements touristiques

### CYCLOTOURISME



- Collectif ViaRhôna Lemans-Lyon
- VoieVerte
- Suivi Label Accueil Vélo
- Partenariat Grandes Itinérances
- Route des 5 lacs

### RANDONNÉE



- Saint-Jacques de Compostelle
- PDIPR du CD 74
- Projet Savoie Mont Blanc et CD 74 « Grandes Itinérances »

### TOURISME DURABLE



- Plan de sensibilisation aux espaces naturels sensibles d'AA
- Dispositif Eco-garde au Salève

### REHABILITATION



- Projet des Bains de la caille
- Projet Halle Tapponier

# TAXE DE SÉJOUR & HÉBERGEURS

## Objectifs prioritaires 2024

### ACCOMPAGNEMENT DES COMMUNES ET COLLECTIVITÉS

Apporter un conseil et une expertise sur les sujets complexes liés à la mise en place des procédures d'enregistrement et changement d'usage

Objectif : Harmoniser les procédures sur le territoire en commençant par les communes en zone tendue

### COMMUNICATION

Sensibiliser, informer et orienter les professionnels hébergeurs dans leurs projets, démarches, interrogations

Objectif : Fournir des kits et des informations juridiques à jour, proposer des formations ou partager des liens webinaires pour permettre aux professionnels de se former et de s'informer

### ANALYSER

Poursuivre les analyses en terme d'évolution de la taxe de séjour (communiquer sur des bilans, anticiper et estimer)

Objectif : Maintenir une veille permanente dans le développement de la taxe de séjour

## STRATÉGIE

Appel à un cabinet d'avocat spécialisé dans la mise en place des procédures

Garder le lien avec les opérateurs numériques notamment Airbnb

Accompagner les hébergeurs dans leur démarches administratives

## QUALIFICATION

Créer un kit de communication à destination des mairies

Créer et proposer des supports clairs à destination des hébergeurs

## OBSERVATOIRE

Alimenter les tableaux et outils de gestion pour conserver une veille de l'évolution

Assurer une veille juridique



# TAXE DE SÉJOUR & HÉBERGEURS

Début 2024

PRINTEMPS

ÉTÉ

AUTOMNE

HIVER

2025

## COMMUNICATION SENSIBILISATION



### LES COMMUNES

- Création et mise à disposition d'un kit pour la mise en place des procédures d'autorisation de changement d'usage et d'enregistrement.

## ACCOMPAGNEMENT



### LES LOUEURS DANS LEURS DÉMARCHES

Visite, classement, contrôle qualité, contrôle respect procédure..

## ANALYSE & CONTRÔLE



- › Mise en application du contrôle des déclarations en ligne qui doivent obligatoirement être accompagnées du registre des séjours, imposé par l'article L2333-34 du CGCT.

## COMMUNICATION TS

- Création de supports à l'attention des mairies, collectivités et professionnels.
- Rédaction de contenus pour sensibiliser les loueurs, hébergeurs, conciergeries.
- Alimentation des pages dédiées au sujet sur le site web montsdegeneve.com

### LES MAIRIES

- Rencontres des mairies pour les guider dans le cadre de la mise en place de la procédure d'enregistrement et de l'utilisation de l'outil DECLALOC

- › Suivi (projets de développement)

- › Suivi (dispositifs de contrôle)
- › Visites aléatoires des hébergeurs
- › Analytique

- › Suivi (gestion, sensibilisation, informations)

- › Suivi (projets de développement)

- › Suivi (projets de développement)

- › Suivi (dispositifs de contrôle)
- › Visites aléatoires des hébergeurs
- › Analytique

- › Suivi (gestion, sensibilisation, informations)

- › LA CCPC (procédures chgt usage + n° enregistrement)

- › Suivi (projets de développement)

- › Suivi (dispositifs de contrôle)
- › Visites aléatoires des hébergeurs
- › Analytique

# RENCONTRES PARTENAIRES

Mise en réseau des acteurs du tourisme

Début 2024

PRINTEMPS

ÉTÉ

AUTOMNE

HIVER

2025

COMMUNICATION  
SENSIBILISATION

## CODIR n°2

22 mars  
Présentation Plan Stratégique et Marketing + BP 24

RENCONTRES  
STRUCTURANTES

## RENCONTRES VILLES

Rencontre des villes centres pour stratégie événementielle et relais d'infos touristiques

DEVELOPPEMENT  
MICE

## CLUB AFFAIRES #1

Rencontre T1 - Février 24

## CODIR n°3

06 juin  
Bilan 1<sup>er</sup> trimestre  
Délibérations courantes  
Prise de parole d'un partenaire

## AG DESTINATION

Présentation du déploiement de la nouvelle marque

## CLUB AFFAIRES #2

Rencontre T2 - Avril 24

## CODIR n°4

Date à fixer (sept / oct)  
Bilan 1<sup>er</sup> semestre – focus été  
Délibérations courantes  
Prise de parole d'un partenaire

## JOURNÉE QUALITÉ

Journée dédiée à une thématique qualité à laquelle associer tous les partenaires de la destination

## CLUB AFFAIRES #3

Rencontre T3 - Fin juin

## CODIR n°5

Date à fixer (déc)  
Délibérations courantes  
Prise de parole d'un partenaire

## CLUB AFFAIRES #4

Rencontre T4



Envoyé en préfecture le 04/06/2024  
Reçu en préfecture le 04/06/2024  
Publié le 04/06/2024  
ID : 074-247400690-20240527-C20240527TOUR53-DE

Destination d'Annemasse, du Genevois  
et du Pays de Cruseilles

# AXE LOISIRS

GRAND PUBLIC - GROUPES



# STRATÉGIE MARKETING LOISIRS

CLIENTÈLES GRAND PUBLIC & GROUPES

## 1. POSITIONNEMENT MARKETING

Destination loisirs indoor/outdoor, entre ville et nature, où toutes les occasions sont bonnes pour prendre de la hauteur !

## 2. LES CIBLES ET SEGMENTS PRIORITAIRES

Activation progressive (depuis 2020) des zones géographiques :

- Court termes (2 ans) : périmètre local +/- 1h de la destination
- Moyen termes (3 ans) : périmètre départemental/suisse +/- 2 heures
- Long termes (5 ans) : périmètre régional +/- 3 heures en transports

Faire vivre et évoluer nos personae :

- Habitants
- Break pour famille citadine de proximité
- Clientèle « escale » ou « itinérante »



## ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

### Objectifs prioritaires 2024

#### ACCUEIL

Apporter une valeur ajoutée au conseil en séjour

- Objectif de l'équipe: séduire le public par la qualité de l'accueil

#### ANIMATION

Donner la preuve de la diversité de l'offre touristique

- Objectif d'équipe: Développer une force de vente

#### QUALIFICATION

Aider nos cibles apprécier toutes les facettes du territoire

- Objectif de l'équipe: s'approprier l'offre touristique sous l'angle du tourisme d'affaires

### STRATEGIE ACCUEIL

Réaménagement Bureau Genevois  
Déploiement des RIT (Roadbook chez les pros & Mairies)  
Accueil Hors les murs & street marketing  
Animation et optimisation aménagement MMT

### PROJETS DE DEVELOPPEMENT

Billetterie: programme activités estivales  
Boutique: nouveau produit identitaire  
Suivi projets territoire : rando, cyclo et patrimoine  
Pass Lemman France (*si projet reconduit*)

### QUALIFICATION

Audit Qualité Tourisme  
Traduction des contenus  
Carte touristique du nouveau périmètre  
Contenu accueil « clientèle affaires » / « handicap »

## ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

### Projets structurants points et relais d'information

Début 2024

PRINTEMPS

ÉTÉ

AUTOMNE

HIVER

2025

#### AMENAGEMENTS LIEUX D'ACCUEIL

- Conception projet réaménagement du BIT Vitam
- Renforcer hospitalité de la MMT
- Déploiement nouvel équipement d'accueil mobile pour dynamiser présence hors les murs

#### CAMPAGNE KIT MAIRIES

Envoi d'un kit clé en main aux mairies

#### ACCUEIL TOURISTIQUE

Renforcement permanences d'accueil et déploiement hors les murs (MMT, Téléphérique, CCPC, UCPA Vitam, événements locaux, Salève)

#### ROADBOOK PRO

Maximiser la diffusion d'information

#### STREET MARKETING

Opération en complémentarité des accueils mobile

#### AMENAGEMENTS LIEUX D'ACCUEIL

- Suivi projet Réaménagement BIT Vitam
- Renforcer hospitalité de la MMT

#### ROADBOOK PRO

Maximiser la diffusion d'information

#### ACCUEIL TOURISTIQUE

Renforcement permanences d'accueil et déploiement hors les murs (Téléphérique, CCPC, UCPA Vitam, événements locaux, Salève)

#### STREET MARKETING

Opération en complémentarité des accueils mobile

## ACCUEIL ET INFORMATION TOURISTIQUE

### Projets d'animation et de qualification de l'offre

Début 2024

PRINTEMPS

ÉTÉ

AUTOMNE

HIVER

2025

#### BOUTIQUE SOUVENIR ●

Création d'un produit souvenir, identitaire, pour renforcer sentiment d'appartenance

ANIMATION

#### ANIMATION HORS LES MURS ●

Construction d'un programme d'animation pour dynamiser les permanences

#### DEVELOPPEMENT CONTENU QUALITATIF ● ●

Création contenu qualifié et veille touristique. (Handicap, nouveau nom, Affaires)

#### PARTENARIAT BILLETTERIE ●

Construction d'un programme top 3 de sorties incontournables, en vente à l'OT

#### CARTO ● ●

Déclinaison de la carte touristique pour 1 support pratique en accueil mobile

#### AUDIOGUIDE 2,0 ●

Enregistrement professionnel en FR et ANG de la balade urbaine + mise en storytelling en réflexion

#### MARQUE QUALITE TOURISME ●

Passage audit officiel  
Sensibilisation et accompagnement équipe

#### ANIMATION HORS LES MURS ●

Construction d'un programme d'animations pour dynamiser les permanences

#### DEVELOPPEMENT CONTENU QUALITATIF ● ●

Création contenu qualifié et veille touristique. (Handicap, nouveau nom, Affaires)

# COMMUNICATION

## Objectifs prioritaires 2024

### NOTORIETE

Assurer le déploiement de la marque « Monts du Genevois » et développer la notoriété de la destination élargie.

### IMAGE

Asseoir la nouvelle marque « Monts du Genevois » tout en préservant les marqueurs et l'ADN d'origine de la destination.

### PROMOTION

Promouvoir la diversité de l'offre touristique du territoire loisirs et affaires

### STRATEGIE COMMUNICATION

Déploiement de la nouvelle marque et notoriété  
Présentation de la destination dans son nouveau périmètre  
Renforcement des relations presse  
Développement de la stratégie de promotion de l'offre MICE

### PROJETS DEVELOPPEMENT

Mise à jour du branding :

- Refonte des documents structurants

Remaniement des sites :

- Mise à jour site loisirs
- Optimisation du site affaires
- Déploiement de l'espagnol et de l'italien

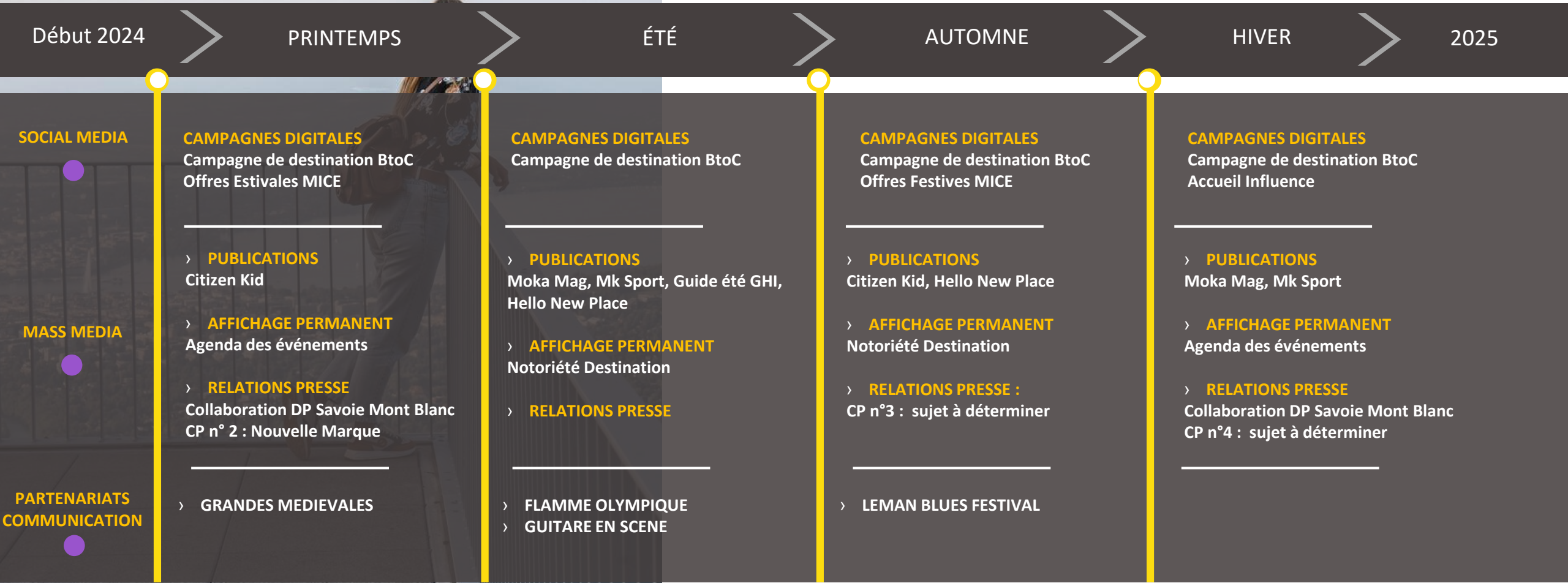
### QUALIFICATION

Audit et mise à jour des contenus éditoriaux  
Audit et mise à jour des contenus visuels (photos/vidéos)  
Développement du catalogue des expériences



# COMMUNICATION

## Plan media et partenariats de communication

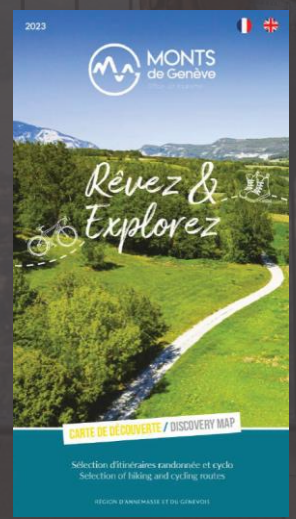




# COMMUNICATION

## Brochures et supports d'information

CARTE RANDO / VÉLO  
Mars



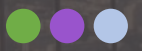
MAG ÉTÉ  
Juin



MAG HIVER  
Décembre



PARUTION



# COMMUNICATION

## Projets de développement web

Début 2024

PRINTEMPS

ÉTÉ

AUTOMNE

HIVER

2025

QUALIFICATION

### SITE LOISIRS

Màj logo et changement de nom  
Refonte de la partie Découvrir  
Retravail catalogue Expériences

### SITE LOISIRS

Refonte de la partie Découvrir  
Création de nouveaux contenus  
Retravail du catalogue Expériences  
Intégration contenus Mag été +  
traductions GB/DE/ES

### SITE LOISIRS

Création de nouveaux contenus  
Retravail catalogue Expériences

### SITE LOISIRS

Intégration contenus Mag hiver +  
traductions GB/DE/ES

DÉVELOPPEMENT

### SITE LOISIRS

Ajustements version mobile  
Déploiement langue Espagnole (ES)

### SITE AFFAIRES

Intégration module Taka pour la  
prise de RDV

### SITE LOISIRS

Déploiement langue Italienne (IT)

### SITE LOISIRS

Mise en ligne de la version  
Italienne (IT)

### SITE AFFAIRES

Optimisation site Affaires

### SITE AFFAIRES

SEO – Site Affaires



Destination d'Annemasse, du Genevois  
et du Pays de Cruseilles

Destination d'affaires...  
entre Lac et Monts

# AXE AFFAIRES

PROFESSIONNELS - MICE - BLEISURE

Envoyé en préfecture le 04/06/2024  
Reçu en préfecture le 04/06/2024  
Publié le 04/06/2024  
ID : 074-247400690-20240527-C20240527TOUR53-DE



# STRATÉGIE MARKETING

## CLIENTÈLES MICE

### 1. POSITIONNEMENT MARKETING

En Haute-Savoie, aux portes de la Suisse, les Monts de Genève constituent une destination affaires 4 saisons multifacettes et multimodale, bénéficiant d'une accessibilité internationale, proposant des infrastructures à taille humaine, ainsi qu'une offre d'hébergement abordable et confortable.

Poumon vert entre Léman et montagnes, la destination portée par la diversité urbaine est le lieu idéal pour prendre de la hauteur, Elle conjugue authenticité des savoir-faire, technologie, innovation, décontraction et loisirs, au service de l'organisation d'événements professionnels sur-mesure.

#### Marqueurs du territoire :

- Le luxe de la nature
- 4 saisons
- Un territoire outdoor varié et hétéroclite riche en expériences
- Local -> national

# STRATÉGIE MARKETING

## CLIENTÈLES MICE

### 1. LE CIBLAGE

#### Activation progressive des zones géographiques :

**Court terme (moins de 2 ans) :** Périmètre : 2h maxi (France et Suisse) / Moins de 150 pax

- PME PMI / instances professionnelles / institutionnels
- Agroalimentaire, pharmaceutique, technologique, innovation, tertiaire
- Agences événementielles et de communication, régionales et suisses

**Moyen terme (moins de 3 ans) :** périmètre régional à 3h maxi + villes à 3h selon mode transport / Moins de 300 pax

- Sans hébergement : fédérations prof. régionales à 2h maxi
- Avec hébergement : fédérations prof. régionales à 3h maxi
- Agences événementielles et de communication, nationales et suisses

**Long terme (moins de 5 ans) :** Périmètre : Suisse et Allemagne à 3h maxi

- Evénements festifs d'entreprises
- Voyages d'études

### 2. LES SEGMENTS PRIORITAIRES

- Réunion, journée d'étude, repas d'affaires,
- Conférence avec restauration (moins de 150 pax)
- Team building / Incentive
- Convention forces de vente et/ou scientifique (moins de 400 pax)
- Evènements festifs d'entreprise (célébration)
- Séminaire résidentiel / semi résidentiel
- Salons / workshops btob
- Voyage d'étude / groupe affaires

# STRATÉGIE MARKETING

## CLIENTÈLES MICE

### OBJECTIFS PRIORITAIRES

#### Structurer et mettre en synergie les filières loisirs et affaires

- Assurer un minimum de 40 partenaires membres du club Affaires (dont 70% de fidélisation)
- Optimiser le traitement des demandes pour gagner en productivité

#### Asseoir et légitimer la destination affaires tout en renforçant la notoriété

- Participer à des opérations de promotion/communication chaque année
- Déployer une stratégie de communication dédiée, en priorisant la digitalisation des outils commerciaux

#### Développer le chiffre d'affaires et commercialiser le nouveau centre de convention

- Développer et mettre à jour la base de données prospects pour affiner le ciblage prospection
- Développer l'apport d'affaires en gestion globale d'événements MICE, et parallèlement faire progresser le CA commissionnement adhérents / frais de dossier.

### STRATEGIE COMMERCIALE

Développement de la nouvelle stratégie MICE  
Déploiement du plan de prospection  
Développement et animation du Club Affaires

### PROJETS DE DEVELOPPEMENT

Suivi de la convention de coopération pour  
la commercialisation des espaces du  
Centre de Convention by Archparc

### QUALIFICATION

Structuration de l'offre touristique MICE  
Recensement et mise en tourisme des  
offres saisonnières MICE

# DEVELOPPEMENT MICE ●

## Structurer et mettre en synergie la filière

Début 2024

PRINTEMPS

ÉTÉ

AUTOMNE

HIVER

2025

STRUCTURATION DE L'OFFRE ●

### SITE WEB AFFAIRES

Refonte des contenus et restructuration de l'information

### PARTENARIATS OT

Renouvellement des partenariats et prospections de nouveaux partenaires

### COLLABORATION PREMICES

Reconduction du partenariat destination et de l'offre test pour 30 nouveaux membres Club Affaires

### CLUB AFFAIRES #1

Rencontre T1 - Février  
 Retour CODIR  
 Point partenaires  
 Retours SBE  
 Point web : offres estivales  
 Temporalité MBE

### SITE WEB AFFAIRES

Lancement des offres estivales

### COLLABORATIONS AURA TOURISME

Mise en place du partenariat

### ATOUT FRANCE

Mise en place du partenariat  
 Cibles prioritaires Suisse & Benelux

### CIMES EVASION

Collaboration pour Offre Groupes Loisirs

### CLUB AFFAIRES #2

Rencontre T2 - Avril  
 Présentation site web Affaires  
 Présentation outil digital Club Affaires  
 1ère réflexion co-construction My Business Event

### SITE WEB AFFAIRES

Conception des offres hivernales

### COLLABORATION TELEPHERIQUE DU SALEVE

Suivi pôle réceptif restauration pour commercialisation

### DÉVELOPPEMENT

Etude faisabilité GPS Compta & remplacement ABC

### CLUB AFFAIRES #3

Rencontre T3 -  
 Co-construction MBE (réceptif Agences / Atout France  
 Afterwork Genève & éductour agences  
 Lancement mise en place plateforme Club Affaires ( objectif T4)

### SITE WEB AFFAIRES

Lancement des offres hivernales

### MY BUSINESS EVENT

Salon MICE de la destination

### DÉVELOPPEMENT

2025 : Mise en place logiciel compta  
 Accompagnement externalisé

### CLUB AFFAIRES #4

Rencontre T4  
 Retours MBE  
 Bilan plateforme  
 Présentation workshop Belgique Atout France  
 Co-exposants SBE Lyon Matmut 2025



# DEVELOPPEMENT MICE ●

## Asseoir et légitimer la destination affaires

Début 2024 > PRINTEMPS > ÉTÉ > AUTOMNE > HIVER > 2025

PROMOTION DE L'OFFRE MICE ●

### SBE LYON

Lyon – Top décideurs entreprises + agences

### STRATÉGIE

Mise en place feuille de route 2024  
 - Actions de fidélisation : relance anciens clients CDC  
 - Actions de prospection  
 - Adhésion Business Premium  
 => Obj : 8 RDV/Semaine

### VISIBILITÉ SBE

Guide Annuel  
 Newsletter Destination Mice  
 Accord annuel diffusion

### WORKSHOP SBE GENÈVE

Genève - Top décideurs + agences

### EDUCTOUR AGENCES

Centre de convention / Salève-agences suisses

### ALTA MÉDIA

Mission Alta Call Grand Genève/Suisse  
 Package Été + CDC ?  
 Associations médicales et scientifiques

### CAMPAGNE DIGITALE

Valorisation offres estivales  
 My Business Event

### SALON DES COLLECTIVITÉS

Lieu – Cible : CD 74 – Octobre

### EDUCTOURS ATOUT FRANCE

Prise en charge agences MICE en lien avec salon MBE

### AURA TOURISME

Poursuite découverte destination - Etape 2

### ALTA MÉDIA

Mission relance participation MBE France & Suisse (Save The Date - Invitations - relances)

### CAMPAGNE DIGITALE

My Business Event

### WORKSHOP ATOUT FRANCE

Lieu – Cible : Bruxelles - Marché Benelux

### SBE

Lieu – Cible : Lyon - prescripteurs MICE

### SALON REUNIR PARIS

Lieu – Cible : marché IDF + national  
 Leader : CDC + destination

### ALTA MÉDIA

Mission Alta Call Grand Genève/Suisse  
 Package Hiver + CDC

### CHRISTMAS BLITZ

Opération séduction agence

### CAMPAGNE DIGITALE

Valorisation offres hivernales

RÉSEAU

ADHÉSIONS 2024





REPUBLIQUE FRANCAISE

**Monts de Genève, Haute-Savoie - France**

Établissement Public rattaché à Annemasse Agglo  
et à la Communauté de Commune du Genevois  
Siège : Place de la Gare – 74100 ANNEMASSE

-----  
**DEPARTEMENT DE LA  
HAUTE-SAVOIE**

-----  
**ARRONDISSEMENT DE  
ST-JULIEN-EN-GENEVOIS**

-----  
**N° 2024-13**

PREFECTURE DE LA HAUTE SAVOIE

- 3 AVR. 2024

ARRIVÉE

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS  
DU COMITÉ DE DIRECTION**

Séance du : 22 mars 2024

Nombre de membre du comité de direction : 23 titulaires et 23 suppléants

Nombre de membre présenté ou représenté : 23

Président de séance : M. ANTOINE

Secrétaire de séance : M. BARONNET

Nombre de membres présents ou représentés des élus Annemasse Agglo: (6) Messieurs ANTOINE, MEHDI, GILET, Mesdames COTTET, MARTIN, BARGES-DELATTRE.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Genevois : (4) Monsieur DE VIRY, Mesdames LOYAU, LECAUCHOIS. Madame CACOUAULT est représentée par Monsieur DE VIRY.

Nombre de membres présents ou représentés des élus du Pays de Cruseilles : (2) Madame BOETTNER, Monsieur CLERJON.

Nombre de membres présents ou représentés des socio professionnels : (11) Messieurs MOUCHET, VINCI, BARONNET, LUSTEAUX, GIRERD, SAGE-VALLIER, JACQUEMOUD, Mesdames BERTAL, CARTIER, QUEMENT, COUCHOURON.

Membres de L'Office de Tourisme des Monts de Genève : Mesdames INCANDELA, AVICE, RAMAULLY, RAMPON, BEAUPERE, BEARD, PERRIER, LACAN, PLÉE, REVUZ, TOUCHE, RUJID-OOZEER, Messieurs CORNARD, SOUVANSANOUK.

Invités présents : Monsieur BARRET, Madame MAGDELEINE.

**OBJET : Approbation du BP 2024**

Vu l'article 7 des statuts de l'EPIC Monts de Genève qui prévoit que le vote du budget est une attribution du Comité de direction,

Vu l'article 13 des statuts de l'EPIC Monts de Genève qui prévoit que le budget de l'EPIC soit présenté par le Président au Comité de direction,

Vu les articles L 133-7, L133-8 du code du tourisme,

Vu l'article R. 133-15 du Code du tourisme, indiquant que la préparation du budget de l'Office de Tourisme en EPIC par le directeur est alignée sur les dispositions des articles du Code général des collectivités territoriales (CGCT) applicables aux collectivités, à savoir les articles L. 1612-2, L. 2221-5 et L. 2312-1,

Vu l'article R. 133-15 du Code du tourisme qui prévoit que le budget de l'Office de Tourisme en EPIC est adopté par délibération du comité de direction avant le 15 avril de l'exercice auquel il s'applique (ou avant le 30 avril de l'année du renouvellement des organes délibérants) et non plus le 15 novembre de l'année précédente,

Considérant que Monsieur le Vice-Président proposera aux membres du Comité de direction, les résultats du compte administratif 2023,

Considérant que le compte de gestion sera identique au compte de résultat,

Considérant que Monsieur le Vice-Président présentera les documents en annexes.

Monsieur ANTOINE, Président, exposera au Comité de direction le budget primitif de l'EPIC, par chapitre.

Ce budget a été préparé, conformément aux statuts, par Carole INCANDELA, Directrice,

Considérant que le budget primitif 2024 est présenté lors du Comité de direction,

Le Budget présenté est équilibré en recettes et dépenses :

Pour la section d'exploitation, à **2 120 331 €**,

Pour la section d'investissement, à **70 251 €**.

Au vu de cet exposé, le Comité de direction,

**APPROUVE à l'unanimité**, le budget primitif 2024 des Monts de Genève, annexé à la présente délibération,

**DONNE à l'unanimité** délégation à la Directrice pour prendre toutes les dispositions nécessaires afin d'assurer la bonne gestion de ce budget.

**M. le Président de séance certifie le caractère exécutoire du présent acte transmis en Préfecture d'Annecy.**

Le 22 mars 2024,

Affiché ou notifié le 22 mars 2024,

Ainsi fait et délibéré en séance,

Pour extrait conforme.

Le Secrétaire de séance  
Monsieur BARONNET

Le Président  
Monsieur ANTOINE

DocuSigned by:  
  
D163F02A0A5C4A6...

DocuSigned by:  
  
CCA61D97DAE479...



## Annexe 1/1 - BP 2024

SECTION D'EXPLOITATION			
DEPENSES D'EXPLOITATION	BP 2024	RECETTES D'EXPLOITATION	BP 2024
CHAPITRE 011 Charges à caractère général	1 164 181.18	CHAPITRE 002 Excédent	597 088.52
CHAPITRE 012 Charges de personnel	870 000.00	CHAPITRE 70 Vente de produits fabriqués, prestations de services, marchandises	195 749.66
CHAPITRE 65 autres charges de gestion courante	30 000.00	CHAPITRE 74 Subvention d'exploitation	418 220
CHAPITRE 67 Charges exceptionnelles	250.00	CHAPITRE 75 Autres produits de gestion courante	909 273
CHAPITRE 022 Dépense imprévues	5 000.00		
CHAPITRE 023 - Virement à la section investissement			
CHAPITRE 042 Opérations d'ordre de transfert entre section	50 899.82		
<b>TOTAL DEPENSES D'EXPLOITATION</b>	<b>2 120 331</b>	<b>TOTAL RECETTES EXPLOITATION</b>	<b>2 120 331</b>
SECTION D'INVESTISSEMENT			
DEPENSES D'INVESTISSEMENT	BP 2024	RECETTES D'INVESTISSEMENT	BP 2024
CHAPITRE 001 Report rst exercice n-1		CHAPITRE 10 Dotations fonds divers et réserves	19 351.18
CHAPITRE 20 Immobilisations incorporelles*	34 500.00		
CHAPITRE 21 Immobilisations corporelles	34 751.00		
CHAPITRE 26 Participations et créances rattachées à des participations	1 000.00		
CHAPITRE 27 Autres immobilisations financières		CHAPITRE 040 Opérations d'ordre de transfert entre section	50 899.82
<b>TOTAL DEPENSES D'INVESTISSEMENT</b>	<b>70 251</b>	<b>TOTAL RECETTES D'INVESTISSEMENT</b>	<b>70 251</b>


Eddy BARONNET

Directeur de Crazyschool

Patrick ANTOINE - Président

Président

DocuSigned by:  
  
 D163F02A0A5C4A6...

DocuSigned by:  
  
 CCAE61D97DAE479...

