

REPUBLIQUE FRANÇAISE <small>OO OO OO OO OO OO</small> DEPARTEMENT DES PYRENEES-ORIENTALES <small>OO OO OO OO OO OO</small> EPIC OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL CONFLENT CANIGÓ	EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DE L'EPIC OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL CONFLENT CANIGÓ <small>OO OO OO OO OO OO</small> SEANCE DU 12 NOVEMBRE 2024
Nombre de membres en exercice : 16 Présents à la séance : 13 Ont participé au vote : 14 Pour : 14 Contre : Abstention : Date de la convocation : 05/11/2024	L'an deux mille vingt-quatre et le 12 novembre , le Comité de Direction de l'EPIC OFFICE DE TOURISME INTERCOMMUNAL CONFLENT CANIGÓ s'est réuni au nombre prescrit par la loi, salle du Foirail à Prades, sous la présidence Monsieur Jean-Louis JALLAT .
Objet : Rapport d'orientation budgétaire 2025 N° d'Ordre : EPIC06-2024 Classification @ctes : 7.1 Décisions Budgétaires Secrétaire de Séance : Christian TRIADO	ASSISTAIENT A LA SEANCE : Jean-Louis JALLAT, Jean-Louis SALIES, Gérard QUES, Thérèse GOBERT-FARGAS, Anne-Marie CANAL, Jean-Jacques ROUCH, Christian TRIADO, Franck GUIOT, Philippe MAURY, Edith CASES, Jérôme DURBET, Julien BLAYA. ABSENTS REPRESENTES PAR UN SUPPLEANT : Pascal DAUBE représenté par Liis PUIG ABSENTS AYANT DONNE PROCURATION : Elisabeth GHELFI a donné procuration à Edith CASES ABSENTS EXCUSES : Henri GUITART, Patrick LECROCO

Le Président,

VU les articles L 2312-1 et L. 2221-5 du Code Général des Collectivités Territoriales concernant l'élaboration proprement dite du budget primitif des collectivités territoriales et de leurs établissements publics est précédée, d'une phase préalable constituée par le Débat d'Orientation Budgétaire (DOB)

CONSIDERANT qu'il s'agit du premier Débat d'Orientation Budgétaire de l'EPIC.

CONSIDERANT que ce débat porte sur les orientations générales à retenir pour l'exercice 2025.

CONSIDERANT que ce débat permet de discuter des orientations budgétaires qui préfigurent les priorités qui seront affichées dans le budget primitif et d'être informé sur l'évolution de la situation financière de la structure.

RAPELLE que les documents ont été mis à la disposition des conseillers qui constituent le rapport sur la base duquel peut se tenir le débat d'orientations budgétaires.

CONSIDERANT que le rapport d'orientation budgétaire 2025 a été présenté aux membres du Comité de Direction lors de la séance par le Président.

CONSIDERANT que le Débat d'Orientations Budgétaires a été tenu.

DEMANDE au Comité de Direction de bien vouloir se prononcer.

Le Comité de Direction, après avoir entendu l'exposé de son Président et après en avoir délibéré valablement, à l'unanimité,

PREND ACTE de la tenue du Débat d'Orientations Budgétaires préalable au vote du budget 2025.

DONNE TOUT POUVOIR à Monsieur le Président pour signer toutes les pièces, permettant de mener à bien cette opération.

Ainsi fait et délibéré, les jour, mois et an que dessus par tous les membres présents qui ont signé sur la minute.

 Le 27 novembre 2024.
Pour extrait, certifié conforme,
Le Président,
Jean-Louis JALLAT.

REÇU LE
29 NOV. 2024
SOUS-PRÉFECTURE
DE PRADES

Rapport sur les orientations budgétaires 2025

1. Le débat d'orientation budgétaire (DOB) et le rapport d'orientation budgétaire (ROB)

Le **débat d'orientation budgétaire** (DOB) est une étape obligatoire et préalable au vote du budget primitif (BP) prévue à l'article L.5211-36 du code général des collectivités territoriales (CGCT), pour les EPCI comptant au moins une commune de plus de 3.500 habitants. L'article L2221-5 du CGCT, par renvoi, impose cette même obligation aux services publics industriels et commerciaux rattachés à ces mêmes EPCI.

Dès lors, les orientations budgétaires doivent faire l'objet d'un débat au sein de l'assemblée délibérante, donc du comité de direction, dans les deux mois qui précèdent le vote du projet de budget primitif, ce débat intervenant lors d'une séance distincte.

Le débat d'orientation budgétaire a pour objet de préparer l'examen du budget en donnant aux membres du comité de direction les informations qui leur permettront d'exercer leur pouvoir de décision à l'occasion du vote du projet de BP soumis à l'approbation de la Communauté de communes. Il porte sur les orientations générales à retenir pour l'exercice suivant mais aussi pour les années futures, en fonction des priorités et des choix budgétaires proposés par l'exécutif.

L'article 107 de la loi NOTRe (Nouvelle Organisation Territoriale de la République) du 7 août 2015 a complété les dispositions du CGCT relatives à la forme et au contenu du débat. Ainsi, pour les EPCI de plus de 10.000 habitants, il est prévu la production d'un rapport sur les orientations budgétaires.

Le présent document dans le cadre du 1^{er} exercice sous forme d'EPIC répondra au mieux à ces obligations bien que les éléments qui doivent être repris dans le temps suite à la liquidation de l'association ne soient pas encore connus.

2. Préambule

L'Office de Tourisme Intercommunal Conflent Canigó sera géré à compter du 1^{er} janvier 2025 sous forme d'établissement public industriel et commercial (EPIC), doté d'une personnalité morale propre. Cette structure est née de la volonté du Conseil Communautaire en date du 17 octobre 2024 qui a approuvé sa création et ses statuts en remplacement de l'ancienne structure associative préexistante qui est dissoute. Pour rappel, cette dernière existait depuis le 1^{er} janvier 2016 date de prise de la compétence tourisme par la Communauté de Communes.

Le classement de l'Office de Tourisme en Catégorie I a été obtenu en octobre 2017 et renouvelé en octobre 2022.

L'Office de Tourisme assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique. Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local. Il peut notamment commercialiser des prestations de services touristiques. Il est présent sur 4 sites distincts : Prades (accueil principal), Vernet-les-Bains, Villefranche-de-Conflent et Moliyg-les-Bains.

Il est admis fiscalement que les Offices de Tourisme érigés en EPIC peuvent être subventionnés pour la quote-part des dépenses qui n'est pas purement industrielle et commerciale, c'est-à-dire relevant du service public (accueil, information et animation touristique, Pays d'Art et d'Histoire) et donc susceptible d'être financée par subvention intercommunale.

Ainsi, le budget de l'office comprendra principalement en recettes :

- la vente de produits ou prestations à caractère touristique ;
- le produit de la taxe de séjour ;

REÇU LE

29 NOV. 2024

SOUS-PRÉFECTURE
DE PRADES

- le produit de la subvention intercommunale ;
- le produit de la subvention DRAC (PAH).

Figurent en dépenses notamment les frais d'administration et de fonctionnement, de promotion, de publicité et d'accueil.

Le budget et les comptes de l'office de tourisme, délibérés par le Comité de Direction, sont soumis à l'approbation du conseil communautaire. L'approbation est tacite après un délai d'un mois. La comptabilité est tenue conformément à l'instruction comptable M4.

Ce budget s'entend toutes taxes comprises (TTC), à l'exclusion des activités commerciales qui seront assujetties à la TVA.

L'Office de Tourisme constitué sous la forme d'un EPIC est obligatoirement consulté sur les projets d'équipements collectifs touristiques. Il délibère sur toutes les questions intéressant le fonctionnement et l'activité de l'Office de Tourisme, et notamment sur le budget des recettes et des dépenses de l'office, le compte financier de l'exercice écoulé, la fixation des effectifs minimums du personnel et leurs rémunérations, le programme annuel d'actions, de publicité et de promotion, les projets de création de services ou installations touristiques ou sportifs, et de manière générale sur toutes les questions qui lui sont soumises pour avis par le conseil communautaire.

3. Contexte touristique : saison 2024 et perspectives pour la saison 2025

Le tourisme représente une activité importante (l'un des moteurs économiques du territoire) pour l'ensemble du territoire de la Communauté de communes Conflent Canigó.

La communauté de communes comptabilise **10%** des hébergements marchands du département, soit 4.73% des lits :

- 16 Campings pour 3 705 lits
- 7 chambres d'hôtes pour 56 lits
- 32 hébergements collectifs totalisent 1 132 lits
- 7 hôtels pour 465 lits
- 653 meublés dont 416 classés (soit 64.7%)

S'ajoutent à cette offre marchande de nombreuses résidences secondaires.

Concernant l'accueil et l'information des clientèles par l'office de tourisme, ci-dessous les chiffres clés de l'année 2023 :

403 392 personnes ont été renseignées par l'office de tourisme :

- Au comptoir, **49 686 visiteurs ont bénéficié d'un accueil personnalisé,**
- Par Téléphone, mail et tchat ce sont **5 261 contacts qui ont été traités**
- En ligne, le site web a **reçu 348 845 visiteurs** qui ont navigué sur **1 050 294 pages**

608 700 personnes ont été touchées via les médias sociaux dont

- 539 700 ont été atteintes sur Facebook *avec un taux d'engagement 8%*
- 69 000 ont été atteintes sur Instagram *avec un taux d'engagement 2,3%*

Il est à noter, que le territoire ne disposait pas jusqu'en 2023 d'une observation spécifique de son activité touristique.

La Communauté de communes disposera des données sur la saison 2024, grâce d'une part au dispositif Flux Vision Tourisme (solution développée par Orange qui permet d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations) mis à disposition par l'Agence de Développement Touristique (ADT) des Pyrénées-Orientales et, d'autre part au dispositif G2A (outil de prospective sur les saisons selon les réservations des hébergements) en cours de

déploiement. La destination bénéficiera aussi des données de différents éco-compteurs installés sur le territoire par différents opérateurs partenaires et l'Office de tourisme.

Ainsi, concernant la fréquentation globale du territoire, en l'absence de données propres à la destination du Conflent Canigó, ce paragraphe présentera des données générales départementales et infrarégionales.

Comme pour toutes les destinations, l'économie touristique, qui s'insère dans le contexte économique général, à la fois national et international, a été particulièrement affectée depuis 2020 par le contexte sanitaire exceptionnel lié à la pandémie mondiale de Covid-19.

Comme pour le département des Pyrénées-Orientales dans son ensemble, la destination Conflent Canigó a enregistré une belle progression en 2021 et 2022 et 2023, sans toutefois retrouver les chiffres d'avant COVID, avec un ralentissement de cette embellie en 2024, qui enregistre de janvier à septembre +1.8% de janvier à septembre. Mais la saison 2024 est marquée, selon les périodes et secteurs géographiques par la stabilité, une légère hausse ou une baisse de la fréquentation et des nuitées touristiques selon les périodes et les secteurs géographiques : les mois de juillet et août ont enregistré dans leur ensemble une baisse de -1.3%, les mois d'avril et mai -1.2%.

Les résultats de Flux Vision Tourisme pour la zone Aspres-Conflent, dont fait partie le territoire Conflent Canigó, analysés de janvier à septembre 2024, annoncent une très légère baisse des nuitées touristiques de -0.2%. La saison serait quasi équivalente à celle de l'an dernier, avec toutefois de fortes disparités dans les flux selon les saisons :

- un premier trimestre en hausse de +5.3%
- avril-mai en baisse de -4.3%
- juin en hausse de 4.8%
- juillet à -6.6%
- août à -2.2%
- septembre en hausse avec +10.7%, ce qui est prometteur pour l'arrière-saison.

Comme l'annonce l'ADT des Pyrénées-Orientales, (Source dossier de presse) « la saison 2024, analysée de janvier à septembre, est marquée par une conjoncture défavorable et des changements de comportements :

- La baisse du pouvoir d'achat induit des changements de comportements de consommation : les vacanciers privilégient hébergement et activités gratuites et font de plus en plus attention à leurs dépenses au détriment des achats dans les commerces et des sorties au restaurant...
- Le décalage des départs sur le mois d'août : fin tardive de l'année scolaire
- Une météo contrastée en haute saison (frais en juillet et très chaud en août) et défavorable sur les ailes de saison (avril-mai-juin-septembre)
- L'absence de pont en juillet (le 14 juillet était un dimanche)
- Un cœur de saison estivale concentré sur trois semaines
- L'augmentation des courts séjours
- Un glissement des départs en vacances de juillet vers septembre boosté par des tarifs attractifs et une météo plus douce ».

Concernant les nuitées marchandes et non marchandes comptabilisées dans les Pyrénées-Orientales en 2023, soit 29,6 millions de nuitées marchandes et non marchandes (*Source ADT des PO - F. Marchand*) :

86% des nuitées sont françaises et 14% sont des nuitées étrangères.

94% viennent en voiture, 4% en train, 2% en avion.

La durée moyenne de séjour est de 10 jours.

Il importe de souligner que le Conflent Canigó bénéficie d'une durée de séjours supérieure, grâce à la clientèle de curistes.

La crise sanitaire Covid 19 a fortement impacté l'activité thermale en 2020, qui progresse toutefois chaque année depuis. Deux stations thermales, Vernet-les-Bains, groupe Valvital depuis 2023, et Moliyg-les-Bains, fleuron de la Chaîne Thermale du Soleil, ont accueilli 8 718 curistes en 2019, année de référence, sur une saison thermale se déployant de fin mars à fin novembre.

En 2023, les stations thermales ont retrouvé près de 70% des curistes par rapport à l'avant covid : elles ont reçu 6 004 curistes (3 652 à Moliyg-les-Bains et 2 352 à Vernet-les-Bains).

Le Conflent Canigó, comme pour l'ensemble du département, est une destination qui accueille majoritairement une clientèle française ; l'Occitanie constitue le premier marché du département (22.3%), et le tourisme intra-départemental demeure important (soit 25% des nuitées touristiques).

Les visiteurs étrangers résident principalement en Europe, le marché catalan et l'Espagne, arrivant en tête, suivis par l'Allemagne, les Pays-Bas, la Belgique et le Royaume-Uni.

Bien que les touristes soient présents, les résultats de 2024 doivent être pondérés côté consommation, et de nettes disparités sont observées selon les domaines d'activités. De manière générale les professionnels de l'hôtellerie de plein air, les gîtes de France et locations meublées sont satisfaits de la saison. L'hôtellerie a des résultats contrastés selon le produit. Les avis des prestataires d'activités, sites touristiques, restaurateurs et commerçants sont en outre partagés. Une part importante de ces prestataires ont connu une baisse qui s'explique majoritairement par le manque de budget des touristes et/ou une météo défavorable.

Les excursionnistes (visiteurs à la journée) représentent un flux essentiel pour l'activité économique de la destination. Le département des Pyrénées-Orientales a comptabilisé en 2023 plus de 18 millions d'excursionnistes soit une moyenne de 49 800 excursionnistes par jour : ils se déplacent toute l'année leur fréquentation étant plus accentuée lors des week-ends et ponts. De janvier à septembre 2024, Flux Vision Tourisme évalue une hausse de +1.4% d'excursionnistes.

De nombreux sites du territoire bénéficient de la visite d'excursionnistes, qui représentent des touristes séjournant en Conflent Canigó, des touristes logeant hors territoire (infra-départementaux), des habitants du département ou des visiteurs extra départementaux. Les nombres d'entrée enregistrés par les sites attestent de l'importance de ces visiteurs.

Ci-dessous pour 2022 (source ADT des P.O.) le nombre de personnes accueillis par les sites suivants :

- Train Jaune : 200 000
- Bains de Saint-Thomas : 105 000
- Grotte des Canalettes : 80 000
- Fort Libéria : 40 731
- Remparts de Villefranche-de-Conflent : 29 430
- Abbaye Saint-Martin-du-Canigou : 26 481
- Abbaye Saint-Michel-de-Cuxa : 24 217

Toutes ces données démontrent que l'activité touristique, moteur économique essentiel du territoire, doit faire face à une conjoncture économique instable et à un contexte hautement concurrentiel, en se remettant sans cesse en question, pour que la destination reste compétitive

et renforce son attractivité, de façon à fidéliser ses clientèles, en séduire de nouvelles, et générer l'accroissement des recettes, enjeu majeur de la politique touristique intercommunale.

4. Orientations de la politique touristique intercommunale

La politique touristique intercommunale vise à contribuer à la croissance des recettes de l'économie touristique en organisant et positionnant le territoire du Conflent Canigó comme destination d'excellence, durable.

La stratégie s'organise autour de la valorisation des thématiques fortes et structurantes du territoire, porteuses de croissance, à savoir :

- ✓ Le patrimoine culturel,
- ✓ Les activités de pleine nature (APN),
- ✓ Le thermalisme et le bien-être,
- ✓ La gastronomie et le terroir,
- ✓ Les événements majeurs.

Pour atteindre ses objectifs et renforcer l'attractivité de la destination, la stratégie touristique de la Communauté de communes s'articule autour de 5 grandes orientations :

- Organiser et améliorer l'accueil touristique
- Structurer et qualifier l'offre du territoire
- Assurer la promotion du territoire
- Professionnaliser les acteurs
- Coordonner et mettre en réseau les acteurs du développement local

La Communauté de communes s'appuie sur son office de tourisme pour assurer toutes ces missions. L'office de tourisme porte ainsi le développement touristique du territoire via :

- l'optimisation de l'accueil sous toutes ses formes : physique, mobile « hors les murs » et numérique,
- la qualification continue de l'information,
- La qualification de l'offre touristique au travers de l'accompagnement à la montée en gamme des hébergements, l'accompagnement des prestataires aux techniques du e-tourisme, la structuration des sentiers de randonnée, et de la participation active à l'organisation et au déploiement du Grand Site Occitanie Canigó Pais Catala,
- le déploiement et le rayonnement de la marque de destination Conflent Canigó, porteuse de sens, ancrée autour des valeurs du territoire, en créant des supports de communication, en participant à des salons grands publics et professionnels, et en développant des accueils presse,
- la commercialisation de produits touristiques, grâce à l'Immatriculation Atout France,
- la coordination et mise en réseau des acteurs, par le développement de partenariats et de rencontres, par le renforcement de la collaboration avec les acteurs incontournables,
- la sensibilisation des habitants et des acteurs locaux aux enjeux du tourisme avec le déploiement du réseau des ambassadeurs, en vue d'intégrer les habitants dans la dynamique touristique du territoire, de les rendre fiers de leur destination.

Pour répondre à l'objectif d'excellence défini par la communauté de communes, l'Office de Tourisme Conflent Canigó est engagé dans une démarche Qualité depuis 2017, marqué Qualité Tourisme, labellisé Tourisme et Handicap, il a renouvelé en octobre 2022 le classement en catégorie I, garant d'une information aux visiteurs personnalisée, de professionnels disponibles et compétents, de prestations de qualité, d'une offre ancrée dans son territoire.

Cette certification signifie que l'Office de Tourisme déploie une véritable stratégie de développement touristique au profit du territoire et des prestataires.

Pour être en phase avec les enjeux de la stratégie de la communauté de communes, l'office de tourisme s'attache à structurer l'offre autour des 5 thématiques phares de la destination.

- Concernant le patrimoine culturel, l'action vise, avec le Pays d'art et d'histoire, à renforcer la valorisation, l'appropriation et la connaissance de cette colonne vertébrale du territoire.
- L'offre de pleine nature bénéficie au sein de l'office de tourisme, d'une mission spécifique, en vue de positionner le territoire comme un terrain de jeu grandeur nature.
- En liaison et complémentarité avec les acteurs du territoire, en l'occurrence le PNR des Pyrénées Catalanes et le Syndicat Mixte Canigó Grand Site, l'office de tourisme s'emploie à recenser toutes les offres pleine nature du territoire, et accompagne la communauté de communes et les communes dans la structuration de nouveaux sentiers.
- Les offres liées au thermalisme et bien-être, à l'Énotourisme et aux temps forts ont aussi leur part belle au sein de la mission de structuration et valorisation.

La stratégie marketing s'organise autour de la singularité de la destination qui combine les univers de consommation Montagne & Campagne, et qui s'appuie sur les valeurs sûres et différenciantes du territoire des filières majeures.

Elle s'appuie en outre sur des labels connus du grand public, UNESCO, Plus beaux villages de France, Grand Site de France, Grands Sites Occitanie, PNR, qui participent au prestige de la destination ; nombreux sur le territoire, ces labels attestent de la richesse de la destination.

Concernant la provenance des clientèles, la stratégie de promotion communication vise à :

- Cibler en priorité le marché de grande proximité (l'Euro région constituée de la Catalogne et Occitanie) et le marché national
- Conforter en priorité le marché catalan espagnol et les marchés européens matures qui constituent le volume actuel des clientèles étrangères (Espagne, Belgique, Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne).

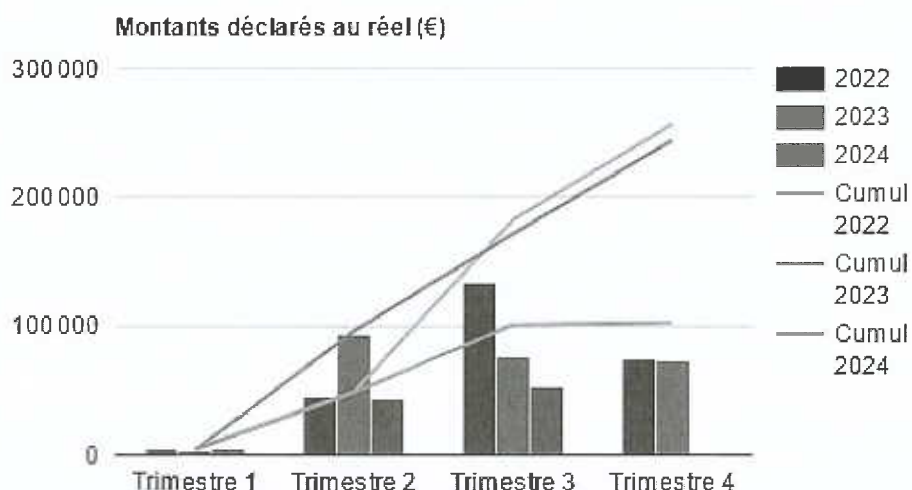
En résumé, la stratégie déployée par l'office de tourisme, qui a pour axe clé la recherche permanente de la qualité et la prise en compte des attentes des clientèles, a pour objectif de positionner, à moyen et long terme, la destination Conflent Canigó comme l'une des destinations de référence en France et en Europe pour le tourisme culturel et la pratique d'activités de pleine nature, de consolider sa position de destination thermale, tout en accompagnant les prestataires dans leur professionnalisation et en coordonnant les acteurs du secteur, pour en accroître la cohérence et la performance, et contribuer ainsi au développement des recettes touristiques.

5. 1^{er} budget de l'EPIC

a. *Taxe de séjour*

Le statut en EPIC impose le reversement à l'Office de tourisme Intercommunal du montant intégral de la taxe de séjour.

La taxe de séjour intercommunale est établie au réel. Son évolution est la suivante :



Evolution du montant encaissé annuel de taxe de séjour net des reversements :

2019	2020	2021	2022	2023
147 910,35 €	149 997,64 €	131 364,98 €	248 335,85 €	273 142,30 €

Afin d'organiser le reversement de la taxe de séjour à compter du 1^{er} janvier 2025, il sera proposé de conventionner pour échelonner le reversement qui sera établi sur une base de 200 000€ avec versements mensuels et versement du solde en février de n+1 quand l'ensemble des plateformes aura procédé au paiement.

Le montant estimatif 2025 sera proposé à hauteur de 250 000€, niveau prudent permettant d'éviter le contrecoup d'une saison qui serait moins favorable.

b. Charges de personnel

Dans le cadre des activités de l'Office de tourisme, la structure des charges de personnel est constituée comme suit :

	2024	2025
Nombre d'agents	21	21
<i>Dont saisonniers</i>	6	6
ETP	16.3	16.3
<i>Dont saisonniers</i>	2	2
Masse salariale	489 116 €	516 270 €
Durée effective du temps de travail	26 194 heures	26 194 heures

La gestion du personnel prend en compte la convention collective des offices de tourisme (salariés de droit privé sauf pour la Directrice qui est contractuelle de droit public).

c. Activités commerciales

Les activités commerciales sont constituées par :

- Des accompagnements individuels de professionnels pour des classements (visites de classement), du coaching individuel (stratégie numérique)

- Un service photo aux loueurs en meublés
- Des insertions pour les hébergeurs dans le site Web et dans les brochures hébergements
- L'adhésion à la place de marché incluant, pour certains, la mise à disposition d'un outil de réservation et vente en ligne
- Des commissions sur les ventes de billetterie ou de prestations telles que hébergement/restauration pour des séjours packagés
- Du dépôt vente
- La vente d'articles conçus par l'office de tourisme (fiches rando, ecocups, sacs...)
- Des prestations exceptionnelles lors de manifestations du type « Rencontres du tourisme » ou « Festi Conflent »

Evaluation 2025 de l'activité commerciale :

	EVALUATION 2025
CHARGES	34 100€
Ventes	5 400
Insertions	20 000
Classements	6 000
Prestation Place de marché	1 500
Commission billetterie	1 200
RECETTES	34 100

d. Activités non-commerciales

Il s'agit des missions de service public confiées à l'Office de tourisme intercommunal et notamment l'accueil, l'information et l'animation touristique. Afin de gérer ces missions, une convention d'objectifs lie l'Office de tourisme et la Communauté de communes.

Evaluation 2025 des missions de service public :

	EVALUATION 2025
Achats et prestations	262 880
Charges de personnel	441 570
CHARGES	704 450
Taxe de séjour	250 000
Subvention de la CC Conflent Canigó	454 450
RECETTES	704 450

e. PAH

Le label Pays d'art et d'histoire a été attribué à la Communauté de Communes par arrêté préfectoral du 17 janvier 2022 pour donner suite au dépôt du dossier de candidature auprès de la DRAC Occitanie validé en conseil communautaire du 8 avril 2021.

Le Pays d'art et d'histoire est l'un des outils opérationnels de la stratégie du patrimoine intercommunal définie dans le cadre du schéma de développement culturel et patrimonial validé en conseil communautaire du 12 juillet 2019. La Communauté de Communes a confié à l'Office de tourisme la mise en œuvre de la convention du label Pays d'art et d'histoire par délibération n°082-21 du 08 avril 2021.

L'EPIC reprenant l'intégralité des missions antérieurement confiées à l'association, il aura en charge la gestion du Pays d'Art et d'Histoire.

A cette fin un budget est établi et cofinancé par la DRAC et la CC Conflent Canigó.

Evaluation 2025 des missions de service public :

	EVALUATION 2025
Achats et prestations	45 300
Charges de personnel	68 700
CHARGES	114 000
Subvention de la CC Conflent Canigó*	114 000
RECETTES	114 000

*financement chaque année (mais non notifié à la date du comité) de la DRAC : 20 000€ en 2024 avec un financement du site Internet pour 2025.

f. Investissements

L'investissement principal prévu en 2025 concerne le site Internet avec une partie concernant le PAH pour 15 000€TTC qui serait financé partiellement par la DRAC et l'autre concernant les autres activités de l'OTI pour un montant de 35 000€TTC.