



Ref : QC – EPIC  
N° 2026 \_01\_01

Extrait du registre des délibérations de l'Office de tourisme Quai Cyrano

Séance du jeudi 29 janvier 2025

**Annexe de la délibération  
N°01  
Rapport d'Orientations Budgétaires de l'EPIC**

Le comité de direction est invité à tenir son rapport d'orientation budgétaire (ROB) afin de définir les grandes lignes qui permettront l'élaboration du budget primitif 2026. Le comité de direction prend acte de la tenue du ROB qui doit se dérouler au préalable du vote du budget primitif.

Le prévisionnel 2026 a été élaboré sur les bases du prévisionnel 2025.

Dans cette optique, le rapport joint présente :

- Le contexte de constitution du présent dossier,
- Certains éléments de bilan de l'année 2025,
- Les orientations stratégiques de l'année 2026,
- Les éléments de recettes principales en fonctionnement (taxe de séjour, subvention annuelle, autres recettes),
- Les éléments de dépenses principales en fonctionnement (masse salariale, promotion/communication, charges administratives...),
- Les éléments de dépenses principales en investissement.

## 1<sup>ère</sup> partie : contexte

L'Office de Tourisme du territoire de l'agglomération de Bergerac, **Quai Cyrano**, contribue à l'élaboration, et participe à la mise en œuvre et à l'évolution de la politique

Géré depuis le 8 février 2024 sous forme d'établissement public industriel et commercial (EPIC), il est doté d'une personnalité morale propre (Délibération N° 2024 – 01 – 01 du Comité de Direction).

L'Office de Tourisme assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique du territoire de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise et de celle de Montaigne Montravel et Gurson, en coordination avec le Comité Départemental du Tourisme Dordogne Périgord et le Comité Régional du Tourisme Nouvelle Aquitaine.

Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local. Il peut notamment commercialiser des prestations de services touristiques. 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 celles relevant du service public administratif d'accueil, d'information et d'animation touristique, susceptibles d'être financées par subvention.

A l'échelle du « Pays de Bergerac », soit une zone touristique étendue des portes du Lot-et-Garonne au territoire de Monpazier, l'office de tourisme travaille en partenariat avec deux autres structures : l'office de tourisme « Portes Sud Périgord » et l'office de tourisme « Bastides Dordogne Périgord » pour créer et mettre en place divers projets de promotion et communication.

### 1/ Intentions du ROB

#### Rappels

Le rapport d'orientation budgétaire (ROB) est une étape obligatoire et préalable au vote du budget primitif (BP) prévue à l'article L.2312-1 du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT), pour les communes de plus de 3 500 habitants. Pour les communes de plus de 10 000 habitants, il est prévu la production d'un rapport sur les orientations budgétaires présentant les engagements pluriannuels envisagés, la structure et la gestion des emprunts.

Bien que le texte précise uniquement que cette obligation n'est transposable qu'à leurs établissements publics administratifs, et non industriels et commerciaux, il est fait le choix de cette transparence généralisée sur le périmètre des interventions communautaires.

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.

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.

Par ailleurs, le décret n°2016-841 du 24 juin 2016 a complété ces obligations par la production d'informations relatives à la structure et l'évolution des effectifs, des dépenses de personnel (comportant notamment des éléments sur la rémunération tels que les traitements indiciaires, les régimes indemnitaire, les nouvelles bonifications indiciaires, les heures supplémentaires rémunérées et les avantages en nature), ainsi qu'à la durée effective du travail.

Pour Quai Cyrano

Dans un contexte où les attentes des visiteurs évoluent rapidement et où les enjeux de gestion des ressources humaines, d'environnement et de compétitivité touristique s'intensifient, l'office de tourisme propose pour l'année 2026 une stratégie centrée sur :

- Le suivi du label oenotouristique Vignobles et Découvertes,
- La préparation et le suivi de l'audit qualité,
- Le renforcement de l'attractivité et de la visibilité,
- L'amélioration de l'expérience client y compris les publics empêchés,
- L'accompagnement accru des professionnels, de leurs accueils aux formations.

Le présent document expose les orientations budgétaires 2026, les hypothèses de recettes et de dépenses ainsi que les besoins d'investissement permettant de poursuivre le développement harmonieux de la destination.

## 2/ Eléments de bilan de la saison estivale 2025

**La saison touristique 2025 au niveau départemental** aura été une saison contrastée, tant au niveau national que local. Certaines tendances s'accentuent : les Français continuent de partir, mais en privilégiant les dépenses d'hébergement, de transport et les activités au détriment des restaurants, les touristes français privilègient la France en été (+ de 85 % des séjours estivaux), mais font des arbitrages budgétaires.

Décisions tardives, vacances séquencées, restrictions budgétaires, canicule... Les professionnels du tourisme cherchent à s'adapter à des tendances qui ne sont pas pérennes d'une année à l'autre.

Au sein du département de la Dordogne, la saison touristique estivale 2025 en Dordogne s'est caractérisée par une première partie d'été portée par le marché français et une activité soutenue dans l'hôtellerie comme dans les locations vendues en ligne via les plateformes mondiales (AirBnB par exemple). – Sources : CDT, octobre 2025 -

Cependant, le mois d'août indique une baisse marquée des clientèles européennes, notamment néerlandaises et allemandes, ce qui a fortement impacté le bilan global de la Dordogne.

Cette évolution s'observe également dans d'autres destinations de l'intérieur en France : les voyageurs ont privilégié les zones littorales et de montagne pour échapper aux épisodes de fortes chaleurs de fin d'été, confirmant l'importance du climat dans les arbitrages touristiques.

La clientèle française est restée fidèle à la Dordogne, et même légèrement en hausse sur l'arrière-saison (vacances d'automne), preuve que le territoire conserve une image forte de destination authentique, nature, accessible...

En résumé : les fondamentaux d'attractivité demeurent, mais la Dordogne, comme d'autres territoires de l'intérieur, doit désormais composer avec des clientèles européennes plus mobiles, plus sensibles aux conditions météorologiques, et davantage attentives au rapport qualité-prix.

### La saison touristique à Quai Cyrano et dans le sud Bergeracois

La fréquentation globale de l'office de tourisme affiche une légère baisse par rapport à 2024 qui était une année record depuis l'ouverture de Quai Cyrano : **47 172** visiteurs sont passés à l'office en 2025, versus **50 223** en 2024.

Globalement, les remarques établies fin 2024 sur le précédent DOB sont à reprendre : baisse du panier moyen des clients, notamment sur le vin (achat de bouteilles en boutique, non compensés par les consommations au verre), « softs » en hausse, mais planches à déguster en baisse (4000 €) notamment pour les plus chères.

A l'office de tourisme également, les produits les plus vendus à la boutique sont les « petits prix » : cartes postales, porte-clés et si le chiffre d'affaire des ventes est en hausse de 11% (+ de 10 000 €), il faut multiplier les ventes pour arriver à un montant constant. Par ailleurs les adhésions des partenaires socio-professionnels se maintiennent aussi avec difficulté : nos partenaires souffrent parfois de la concurrence (restaurants par exemple) et ont tendance à désormais comparer les tarifs des adhésions d'un office de tourisme à l'autre.

Les recettes complémentaires à celles déjà listées sont liées à de la billetterie pour tiers (notamment depuis l'ouverture du centre événementiel l'Etincelle), aux consommations liées aux soirées, et aux animations (Murder party estivale par exemple).

La fréquentation et les recettes liées aux activités culturelles (L'Expérience Cyrano, les ateliers culturels divers) affichent presque les mêmes résultats qu'en 2024, et ce malgré le large plan

de communication établi au niveau régional cette année (environ 3000 visiteurs y compris les scolaires et 16 000 € de recettes).

De manière générale, les ventes additionnelles et pics de consommation et fréquentation sont directement liés aux événements organisés sur le site ou pour lesquels le site est en partenariat : soirée blanche, concert du 15 août, événement oenotouristique *Vignobles en scène* par exemple.

Un pôle tire toutefois son épingle du jeu en 2025 : le pôle « réceptif », ou commercial, qui profite des retombées d'une nouvelle stratégie de prospection débutée en 2024. Son chiffre d'affaires a bondi de plus de 40 000 € en une année.

Au total, le chiffre d'affaires des deux caisses vin et office de tourisme de la structure est en hausse de 2,5% en 2025.

#### *Les conseils du CDT pour préparer la saison estivale 2026 :*

1. **Consolider le socle français** : capitalisation sur la proximité (Nouvelle-Aquitaine en hausse) et les grands bassins (Île de France) avec des offres d'expériences à forte valeur ajoutée (séjours courts, forfaits famille, gratuités enfants).
2. **Ré-activer les marchés étrangers historiques** : Royaume-Uni (reprise de signaux positifs) : développer le « city-break patrimoine » + campagne sur l'alimentation auprès d'une clientèle « premium » des Pays Bas, Belgique et Allemagne : remettre du média ciblé (plain-air, vélo, slow), offres "séjours actifs à budget maîtrisé" et hôtellerie de plein-air.
3. **Allonger la saison** : renforcer les actions pour allonger la saison. Programmes automne / printemps (gastronomie, truffe, itinérances vélo/canoë, jardins & grottes) pour désaisonnalisier et amortir la contraction de l'été.
4. **Ré-enchanter les villes d'Art et d'Histoire**, en travaillant le panachage de clientèles et en renforçant le positionnement de la Dordogne en jouant la carte art de vivre - marchés - patrimoine médiéval et gallo-romain pour la clientèle de proximité et week-ends culturels.
5. **Bons plans & mix produits** : arbitrages face aux budgets serrés des français, proposer des paliers tarifaires (bonnes affaires 3/4 nuits, "3ème nuit - 50%" sur intersaison) et des packs (hébergement + visite / activité) pour optimiser la dépense par séjour et faciliter l'accès à l'offre et au choix de la Dordogne.

### **3/ Orientations stratégiques de l'année 2026**

#### **Développer l'attractivité et la notoriété de la destination.**

*Comment ?* Par des salons touristiques, plans de communication, accueils presse et influenceur, réseaux sociaux, achats de photos professionnelles,

#### **Intégrer l'accueil et l'expérience client au cœur de la stratégie.**

*Comment ?* En personnalisant les conseils, allant vers de nouveaux publics (empêchés par exemple), développer les outils de mesure de satisfaction, créer de nouveaux ateliers participatifs.

#### **Renforcer la valeur ajoutée de l'office de tourisme auprès des socio-professionnels.**

*Comment ?* Par le développement de newsletter ou informations thématiques et spécifiques (un news spécifique pour les sites labellisés Vignobles et Découvertes), visites régulières, mise en place d'ateliers thématiques, sensibiliser aux labels, favoriser la mise en compétences interne pour mieux accompagner les partenaires (hygiène et sécurité par exemple)

#### **Engager la destination dans une trajectoire durable.**

*Comment ?* Par le lancement de la démarche Qualité qui impose de nouvelles pratiques à décliner dans les usages quotidiens du personnel (RSE, déchets par exemple), proposition de circuits en mobilité douce (vélo), recrutement d'un « runner » avec usage d'un vélo électrique pour faciliter le transport des achats,

#### **Développer (poursuivre) la performance interne et le management de la qualité.**

*Comment ?* Par le suivi des indicateurs qualité, les plans de formations, les temps de cohésion internes, l'organisation d'élections d'un représentant du personnel, la mise en place d'une journée d'intégration des saisonniers, la gouvernance partagée et lisible avec la collectivité de tutelle, les élus du CODIR (CODIR, sous-commission par thèmes) et les partenaires institutionnels.

## 4/ Les grands projets 2026 par pôle

- En amont de la visite / Avant le séjour : faire connaître, faire adhérer, faire aimer, fidéliser Quai Cyrano,
- Sur place / pendant le séjour : développer les cibles de clientèles une fois la structure identifiée,
- Après la visite ou le séjour : développer la fidélisation clientèle et qualifier « l'après-séjour ».

### Pôle tourisme

- Poursuivre la valorisation de la destination en s'appuyant sur les supports de communication existants et récemment renouvelés (site internet par exemple)
- Mettre en place de nouvelles visites guidées et de nouvelles animations qui « collent » avec les demandes actuelles (moins de visites patrimoine et davantage de visites jeux avec énigmes par exemple),
- Renouveler les écrans numériques hors service dans le bâtiment pour accueillir les visiteurs de manière moderne, ludique,
- Poursuivre les propositions additionnelles telles que le partenariat de location de vélos pour inciter les visiteurs à rester plus longtemps sur le site
- Refonte du guide du partenaire et revoir certains tarifs,
- Revoir l'animation du réseau : proposer aux partenaires des RDV sur des thèmes recherchés, juridiques, d'actualités (exemple : la loi Le Meur)
- Créer des portraits de partenaires pour alimenter le site et les RS
- Travailler à l'obtention des labels de Qualité (Destination tourisme) qui crédibilisent notre action mais permettent aussi des aides financières
- Lancer une grande enquête à l'année pour mieux connaître nos clientèles (indispensable dans le cadre d'une démarche qualité)

### L'Expérience Cyrano

- Créer un livret jeu pour les 0/6 ans pour inciter davantage de familles à fréquenter le site
- Adapter les visites, les ateliers thématiques avec des professionnels (compagnie de théâtre)
- Poursuivre les démarches auprès des écoles, collèges dans et hors du département
- Développer les propositions PMR : public non ou mal voyant, sourds ou malentendants.

### Pôle réceptif / commercial

- Poursuivre le démarchage des entreprises locales des CE - Déployer le logiciel groupes « We login » pour proposer des offres revues, re-mises en page, développer les mails de prospection, la newsletter...
- Renouveler certaines formules entreprises organisées à Quai Cyrano : formules Noel, apéro jeux entreprises
- Création d'un partenariat avec le centre événementiel l'Etincelle pour gérer les « à-côtés » des salons (réservations des hôtels par exemple)

### Pôle administratif

- Préparation et animation des 6 comités de direction et suivi administratif
- Renforcer les process de travail et des usages en interne
- Mise en place d'un représentant du personnel

- Revoir les recrutements de l'été : affectation, période de recrutements...
- Prévoir les formations sécurité, incendie pour les nouveaux arrivants et vérifier les périodes de renouvellements
- Suivre le projet de classement – destination excellence
- Former les socio pros aux labels (hébergements / ex abattements fiscaux, Loi Le Meur)
- Création de binômes de travail pour assurer continuité des actions
- Mise en place progressive des bons de commande et le dématérialisation, accès en temps réel consommations de crédits, envoi tous les 15 jours situation budgétaire
- Suivi des contrats à renouveler : téléphonie et copieur notamment, écrans numériques

### **Communication**

- Développement des rédactionnels et « expériences » sur le site internet
- Bilan et actualisations des newsletters pro et grand public : développement des sujets à caractère « professionnels » (déclarer sa TS, comprendre la déclaration Sacem...)
- Suivi de fichiers presse spécialisés : tourisme / oenotourisme/ culture + déclinaison du dossier de presse générique suivant ces deux pôles
- Mise en place d'un plan média à l'année
- Développement des RS : vidéos sur Instagram par exemple
- Coordination des actions de communication et promotion à l'échelle du Pays
- Suivi projet Terra Aventura – mise en place d'un nouveau jeu à Monbazillac avant la saison
- Travailler sur la cibles des jeunes adultes sous l'angle de la destination à vivre en aile de saison pour le weekend : faire venir un influenceur / vidéo pour les RS à constituer en partenariat avec les autres OT du sud du département et des départements limitrophes, proposer des road book,
- Création d'une carte ambassadeur QC avec des réductions

### **Événementiel**

- Développer les projets événementiels oenotouristiques autour de :
- o Vignobles en scène
- o Foires au vin
- o Animations
- Développer de nouvelles animations :
- o Soirées autour du vin (ateliers de mixologie par exemple)

### **Pôle Vin**

- Revoir toutes les procédures de l'espace vin
- Création d'un catalogue en ligne avec QR code
- Restauration en basse saison / Mise en place d'une épicerie fine, de produits dérivés, achat et installation d'un meuble/vitrine
- Développer les cocktails à base de vin pour les soirées
- Faire le « référencement » avec IVBD (choix d'une cuvée par vigneron présent à Quai Cyrano)
- Visiter les domaines, spécialement ceux porteurs du label « Vignobles et découvertes »
- Partenariat avec la société Pelican : création et mise en place d'un questionnaire afin pour évaluer les demandes relatives à l'expédition de vin
- Suivi du Club Bacchus, organisation des RDV, bilan et éventuelle création d'une année 2 (progression des apprentissages)
- Journée « un jour, un vigneron » : mise en place du tirage au sort, création du calendrier, et en informer les vignerons
- Foire aux vins : organisation ou participation à une foire aux vins.

## 2<sup>ème</sup> partie : les hypothèses de budget, de recettes et de dépenses

La structure budgétaire se décompose comme suivant :

### En recettes :

- Le produit de la taxe de séjour. L'office de tourisme ayant le statut d'EPIC, la Communauté d'agglomération auquel il est rattaché devra lui reverser, en application des dispositions du Code du Tourisme, la totalité du produit de la taxe de séjour (article L. 133-7 du Code du tourisme).

Le montant de la taxe de séjour est en augmentation depuis deux ans, la Communauté d'Agglomération Bergeracoise ayant investi dans un logiciel spécialisé dans le suivi des déclarations des hébergeurs.

- Les subventions. L'établissement Public Industriel et Commercial bénéficie de subventions d'équilibre indispensables à son budget de fonctionnement.

- La vente de produits ou prestations à caractère touristique. Compte-tenu des statuts de l'EPIC, ces prestations s'entendent pour des projets à caractère touristiques, oenotouristiques, de loisirs, culturels...

### Figurent en dépenses :

- Les frais d'administration et de fonctionnement, de promotion, de publicité et d'accueil ;

- Les dépenses d'investissement relatives aux installations et équipements créés en propre ;

Le budget et les comptes de l'office sont délibérés par le Comité de Direction.

La comptabilité est tenue conformément à un plan comptable M4 établi sur la base du plan comptable général et approuvé par arrêté du Ministre chargé de l'Economie et des Finances, du Ministre de l'Intérieur et du Ministre chargé du Tourisme.

Les dépenses de l'année 2025, qui seront listées précisément sur le CA 2025 font état de certains dépassements par rapport au BP voté.

Si les charges à caractère général (011) ont été conformes aux prévisions, celles liées aux dépenses de personnel sont plus importantes que prévues initialement : départ contraint et démission de 2 salariés, recrutements de CDD pour compenser 1 arrêt de travail de plus de 2 mois et refacturation des prestations retraites (CNRACL) de la directrice.

Par ailleurs, certaines recettes perçues ont été moins élevées que les sommes inscrites au BP : subvention d'équilibre de la CAB : 170 000 € versés et 219 000 € inscrits au BP. Enfin, le résultat de l'année dernière a été mal reporté. De ce fait, et malgré un chiffre d'affaires en hausse globale pour l'EPIC, le compte administratif, non clos à cette date pourrait présenter un déficit de 41 000 € en fin d'année.

La subvention d'équilibre et le versement de la taxe de séjour de l'année N-1, qui peuvent être versées en plusieurs fois et dès le début de l'année (et d'exercice comptable) assure la continuité de service et d'exercice de la structure. – voir tableau page suivante -

## RESULTATS DE FONCTIONNEMENT DE l'EPIC QUAI CYRANO / COMPTE DE RESULTAT PREV au 22 janvier 2026

DEPENSES	Crédits ouverts + DM 2024 (à partir avril)	CA 2024 (à partir avril)	BP 2025 voté en CODIR (sur 12 mois)	PRE CA 2025	BP 2026
Chp: 011 - Charges à caractère général	531 931,75 €	515 309,71 €	676 803,00 €	659 000,00 €	734 940,00 €
Chp: 012 - Charges de personnel	556 029,76 €	555 451,83 €	703 964,00 €	744 219,80 €	730 221,00 €
Chp: 014 - Atténuations de produits	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Chp: 022 - Dépenses imprévues Fonct	8 205,29 €	0,00 €	8 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Chp: 023 - Virement à la sect° d'investis.	83 629,00 €	0,00 €	12 750,00 €	0,00 €	0,00 €
Chp: 042 - Opérations d'ordre entre section	24 000,00 €	24 000,00 €	36 500,00 €	31 474,72 €	0
Chp: 65 - Autres charges gestion courante	2 064,00 €	1 847,86 €	7 655,00 €	11 687,77 €	0
Chp: 66 - Charges financières	1 071,39 €	494,80 €	124,00 €	125,37 €	0€
Chp: 67 - Charges exceptionnelles	157,56 €	0,00 €	0,00 €	154,90 €	0,00 €
Chp: 68 - Dotations aux provisions	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €

TOTAL DES DEPENSES DE FONCTIONNEMENT	1 207 088,75 €	1 097 104,20 €	1 445 796,00 €	1 446 662,56 €	1 465 161 €
---	----------------	----------------	----------------	----------------	-------------

RECETTES	Crédits ouverts + DM 2024	CA 2024	BP 2025	PRE CA 2025	BP 2026
Chp: 002 - Excédent antérieur reporté Fonc			106 074,96 €	0,00 €	43 000,00 €
Chp: 013 - Atténuations de charges	0,00 €	48 194,27 €	0,00 €	48 194,27 €	41 661,00 €
Chp: 042 - Opérations d'ordre entre sections	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Chp: 70 - Produits des services	592 369,06 €	576 029,08 €	691 300,00 €	695 000,00 €	682 500,00 €
Chp: 73 - Impôts et taxes	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Chp: 74 - Dotations et participations	342 423,83 €	342 000,00 €	219 000,00 €	210 000,00 €	248 000,00 €
Chp: 75 - Autres produits gestion courante	272 007,50 €	272 001,43 €	431 000,00 €	452 000,00 €	450 000,00 €
Chp: 76 - Produits financiers	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Chp: 77 - Produits exceptionnels	225,00 €	33,90 €	0,00 €	493,72 €	0,00 €

TOTAL DES RECETTES DE FONCTIONNEMENT	1 207 025,39 €	1 238 258,68 €	1 447 374,96 €	1 405 687,99 €	1 465 161,00 €
---	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

SOLDE	-63,36 €	141 154,48 €	1 578,96 €	-40 974,57 €	0,00 €
-------	----------	--------------	------------	--------------	--------

## 1/ Hypothèses de recettes

Les recettes de l'EPIC se répartissent suivant 3 sources principales :

- La taxe de séjour : l'article L133-7 du Code du Tourisme prévoit que l'intégralité des sommes perçues au titre de la taxe de séjour soit reversée à un Office de tourisme dès lors qu'il est constitué sous forme d'EPIC. Cette collecte est menée par la Communauté d'agglomération qui la reverse suivant un échéancier trimestriel en année N+1. En forte hausse depuis 3 ans, le montant de la taxe de séjour reversé à l'office de tourisme en 2025 s'est élevé à **452 000 €**. Compte-tenu des premiers éléments de bilan de la collecte 2025 (augmentations des réservations et cotisations des plateformes par exemple) nous estimons à ce stade le montant de la taxe de séjour 2026 à **450 000 €** : soit un versement presque équivalent à l'année précédente.
- Les subventions d'équilibre et de partenariat : l'EPIC est lié par deux conventions à la Communauté d'Agglomération Bergeracoise (CAB) et à la Communauté de Communes de Montravel et Gurson (MMG), qui lui ont délégué leur compétence tourisme pour 3 ans via une convention de partenariat. Indispensables au fonctionnement de l'office de tourisme pour garantir un service public de qualité, ces aides publiques permettent d'équilibrer les recettes de fonctionnement de l'EPIC qui n'est pas autonome financièrement. **219 000 €** avait été inscrits au BP 2025 pour la subvention CAB et **28 000 €** pour MMG sous forme de partenariat. Des montants équivalents seront prévus à ce stade pour l'exercice 2026 : **220 000 €** de subvention d'équilibre de la Communauté d'Agglomération Bergeracoise et **28 000€** de prestation de service reversés par la Communauté de Communes de Montravel et Gurson.
- Recettes propres / recettes commerciales.  
Ces recettes se répartissent principalement entre :
  - **L'activité du pôle vin** (ventes de bouteilles, de verres de vins et « softs », de planches à déguster, ateliers liés au vin). En 2025, malgré la baisse constante de vente de bouteilles et de consommation de vin à l'échelle du site comme au niveau national, les recettes se sont élevées pour ce pôle à **399 600 € HT** soit une baisse de 6% par rapport à l'année précédente et par rapport aux résultats escomptés (ventes de vin en bouteilles essentiellement, compensées en partie par les ventes des boissons sans alcool et des produits alimentaires). Pour autant et compte-tenu des chiffres d'affaires réalisés les années précédentes et des nouveautés 2026 (nouveaux ateliers de mixologie, mise en place de produits d'épicerie fine à la vente), de la structuration de l'équipe en place, il est proposé d'inscrire la somme de **412 000 € HT** pour l'exercice 2026.
  - **L'activité du service réceptif** (privatisations d'espaces, réceptions en interne ou de groupes constitués). Les recettes de l'année 2025 représentent **114 102 € HT**. Poursuivant la stratégie de développement commercial à la fois locale (prospection des entreprises et CE du département de la Dordogne et des départements limitrophes) et nationale (participation à des salons grand public) par l'équipe constituée de 3 personnes, il est proposé d'inscrire la somme de **117 000 € HT** pour l'exercice 2026.
  - **Les ventes des produits de l'office de tourisme** (boutique, billetterie interne des manifestations de Quai Cyrano ou pour des tiers avec commission) se sont

élevées en 2025 à 51 279 € de recettes de billetterie diverse et 46 856 € de produits boutique soit la somme totale de **98 135 € HT** pour le pôle tourisme.

L'augmentation est en partie due à la revente des billets pour le nouveau centre évènementiel l'Etincelle depuis son couverture. Les nouvelles propositions de visites 2026 (nouveau jeu Cluedo) et la poursuite des activités familiales qui sont renouvelées amènent à proposer la somme de **121 000 € HT** pour l'exercice 2026.

- **Les adhésions des socio-professionnels partenaires** soit **35 588 € HT** de recettes en 2025. Pour l'année 2026 il est proposé d'inscrire la somme en légère baisse de **32 500 € HT** au BP 2026, afin d'ajuster certaines propositions de partenariats qui se sont révélées plus onéreuse pour l'office de tourisme de Bergerac que ses voisins partenaires... ou concurrents.

Au final, les recettes établies dans prévisionnel 2026 sont légèrement moins élevées que celles prévues au BP 2025 : **1 465 661 € au lieu de 1 469 000 € HT**, de manière à tenir compte de certaines baisses constantes (baisse des ventes de vin à emporter, et des planches par exemple).

Les recettes prévisionnelles incluent des nouveaux projets de manière réaliste.

Remarque complémentaire : le stock de produits disponible à la vente (bouteilles de vin et produits souvenirs) s'élevait début janvier et après inventaire à 41 661,91 €. La valeur du stock pourra impacter le résultat définitif de l'année 2025.

<b>Recettes</b>	<b>Montant HT 2026 DOB</b>
Taxe de séjour	450 000 €
Subvention équilibre CAB	220 000 €
Subvention partenariat MMG	28 000 €
Recettes commerciales	682 500 €
Excédent de fonctionnement reporté	43 000 €
<b>Total recettes</b>	<b>1 465 161 €</b>

## 2/ Hypothèses de dépenses de fonctionnement

Les dépenses de fonctionnement de l'EPIC se répartissent en deux sections principales : les dépenses à caractère général et les dépenses liées aux ressources humaines.

- **Dépenses à caractère général** : les dépenses qui permettent de couvrir les achats « utiles », c'est-à-dire ceux qui seront revendus avec une commission (tels que denrées alimentaires, stocks de vins, stocks pour la boutique de l'office de tourisme) sont constantes.

Les dépenses liées au plan de communication, éditions, aux événements organisés sur le site font aussi partie des dépenses générales et sont maintenues sans trop de perspectives de dépenses supplémentaires pour l'exercice 2026, sauf pour certaines augmentations contraintes comme le cout du papier pour les impressions.

En revanche, certains postes de dépenses sont en forte augmentation depuis deux ans : prestation au cabinet comptable par exemple (plus de 12 000 € d'augmentation, dus à plusieurs départs de salariés, au traitement des dossiers administratifs des vacataires, plus nombreux), assurance (+ 6000 €), ménage du bâtiment...

Les deux grands projets de l'année 2026 que sont la préparation du label Qualité tourisme et l'audit sur l'oenotourisme impliquent également des dépenses exceptionnelles de fonctionnement pour l'année 2026 (audit, lancement des projets). Enfin, l'absence d'affichage digital à l'intérieur du site pénalise les déplacements entre pôles, la communication efficace sur les évènements du site, prochaines visites ou encore la valorisation des vins « de la semaine », une dépense est à envisager en fonctionnement ou investissement suivant la solution de prestation d'affichage qui sera retenue.

L'ensemble des dépenses prévisionnelles est précisé ci-après par pôle (tourisme, vin, réceptif, communication/ évènementiel, administratif).

### Les dépenses liées aux ressources humaines.

Au 1<sup>er</sup> janvier 2026, les effectifs de Quai Cyrano sont constitués de :

- 12 salariés permanents : 11 CDI de droit privé et 1 CDD de droit public (directrice)
- 3 CDD de + de 6 mois : accueil office de tourisme, administratif et bar à vin
- 2 alternants : accueil office de tourisme et réceptif-événementiel
- 1 stagiaire : administratif-qualité tourisme

L'équipe accueil office de tourisme et maison des vins-bar est renforcée entre début avril et fin septembre par des vacataires :

- 6 vacataires pour l'espace vin
- 1 vacataire pour l'office de tourisme

Le nombre de contrats saisonniers utiles est calculé en fonction des heures d'ouverture du site (office de tourisme et espace vin), 7/7 durant 6 mois de l'année et des soirées (2 événements par semaine durant 6 mois).

Pour l'année 2026 ce nombre est évalué à 23 mois de travail et la somme de 149 697 € de salaires à verser. Le nombre de saisonnier sera un peu limité en 2026 par rapport à 2025, de manière à faire des économies sur le 012, en mutualisant les CDI et CDD longs (environ 50 000 € d'économies).

L'évolution des dépenses de personnel est constituée d'après les contrats des titulaires actuels (y compris les évolutions automatiques prévues par la Convention Collective telles que les primes d'ancienneté) la durée des contrats des CDD, les primes de précarité à verser et le nombre total de contrats de vacataires saisonniers nécessaire à l'ouverture du site.

D'autres dépenses prévues ou imprévues se sont ajoutées sur l'exercice 2025 : adhésion au CNAS-CDAS, départ volontaire d'une salariée, constraint pour une autre (paiement d'heures supplémentaires et de congés dûs), augmentation du point d'indice de 2% soit une revalorisation des salaires chargés de plus de 10 000 €, et prise en charge des cotisations retraites CNRACL pour la directrice.

Au total, la masse salariale a représenté une dépense de **734 000 €** (salaire + charges) pour l'exercice 2025. La répartition de la masse salariale est conforme aux « normes » de la profession et des offices de tourisme, qui est comprise entre 50 et 70% du budget total en fonction de la taille de la structure et des horaires d'ouverture.

Pour Quai Cyrano, le choix avait été fait en 2024 de limiter les horaires au-delà de 21 h afin de limiter les heures de nuit mais de rester ouvert les dimanches (qui sont payés « double » et récupérés).

Pour l'exercice 2026, la somme de **708 721 €** est proposée (sans compter les cotisations CNAS et CNRACL) pour conserver suffisamment de personnel afin d'ouvrir le site 7/7 jours durant 6 mois, tout en limitant le recrutement de vacataires en période haute.

A noter, deux informations importantes en matière de Ressources Humaines sur l'exercice 2026 :

- La mise à disposition d'un agent public employée par la CAB à destination de l'EPIC sur le poste de comptable, à 80%, qui impliquera une refacturation supplémentaire en fin d'année et sur cet exercice à hauteur **de 27 000 €** sur le 011,
- Une demande de rupture conventionnelle formulée par une salariée de l'EPIC en arrêt de travail depuis plus de 5 mois : la somme nécessaire à cette demande en cours, si elle aboutit, a été provisionnée dans le budget 2026, à hauteur de 20 000 €.

Dépenses	Montant HT 2026 DOB
<b>Dépenses à caractère général - 011</b>	
Dépenses administratives : cabinet comptable, refacturation des prestations CAB, assurance, prestataires de service (ménage), cotisations, frais de port, maintenance matériel et véhicule de service, frais administratifs, vêtements de travail...	235 846 €
La hausse est liée en partie à la refacturation du poste de comptable (agent public de la CAB)	
Achats de vin, softs, produits alimentaires revendus (espace vin)	237 200 €
Achats de produits boutique revendus (office de tourisme)	55 000 €
Plan et actions de communication, insertions publicitaires, dépenses pour numériques, mise en conformité site internet, éditions de documents – y compris refacturation par OT partenaires actions communes 12 000 €-	80 425 €
Dépenses événementielles (soirées, ateliers, animations enfants, décoration)	36 969 €

Frais de mission, accueils extérieurs, et de formation du personnel	9500 €
Reversements aux prestataires (après commission pour le service réceptif)	80 000 €
<b>Total dépenses à caractère général</b>	<b>734 940 €</b>
<b>Dépenses Ressources humaines - 012</b>	
Salaires chargés titulaires et vacataires	708 721 €
Cotisation CNAS CDAS, CNRACL, médecine du travail, personnel intérimaire éventuel	21 500 €
<b>Total dépenses Ressources humaines</b>	<b>730 221 €</b>
<b>Total dépenses de fonctionnement 011 - 012</b>	<b>1 465 161 €</b>

### 3/ Hypothèses de dépenses d'investissement

- **Les recettes**

Les recettes de la section d'investissement sont constituées des dotations aux amortissements qui seront connues fin janvier 2026.

La somme de **36 500 €** avait été inscrite au BP 2025. **36 850 €** pourraient être inscrits pour l'année 2026.

- **Les dépenses**

Cette section sera principalement consacrée à poursuivre les aménagements du plateau de l'espace vin : achat **d'un vélo cargo** pour aider au transport d'achat de bouteilles de vin, nouveau salon de jardin pour le cloître, « limitateur » de son pour mise en conformité de la législation en vigueur, achat de 2 fauteuils de bureau pour le service administratif.

Ces achats représentent la somme de **9 750€**.

Il faut ajouter à ce prévisionnel de dépenses un déficit d'investissement reporté d'environ 17 000 €, le remboursement du capital pour 1 100 € et un reliquat d'emprunt de l'ancienne structure juridique de l'office de tourisme de 26 000 €.

Les Investissements 2026 seraient donc de **36 850 € au total**.

### Conclusion

Les orientations budgétaires 2026 visent à garantir :

- Un niveau d'accueil de qualité (personnel adéquat, formé, horaires d'ouverture conformes au positionnement du site comme outil d'attractivité du territoire),
- Renforcer l'attractivité et la qualité de l'expérience proposée sur site (plans de communication, diversité des ateliers, offre culturelle et de médiation),
- Soutenir les socio-professionnels (audit et labels, plans de formation, lancement de saison et événements professionnels),
- Conserver des ambitions au service du développement du territoire dans avec un budget de fonctionnement constant.

Les décisions attendues pour le Comité de direction :

- Débattre des orientations budgétaires présentées,
- Valider les projets et priorités d'actions proposées,
- Donner un avis sur les hypothèses financières liées à ces projets et ambitions,
- Autoriser la poursuite ou la création de ces projets
- Mandater la direction pour élaborer un Budget primitif 2026 sur la base de ces orientations.