

# Assemblée Générale Ordinaire Annuelle 2019

**Lundi 28 septembre 2020**

Selon l'article 9 des statuts, 15% au moins des membres en exercice doivent être présents ou représentés.  
Selon l'article 8 des statuts chaque membre ne peut détenir plus de 2 pouvoirs.

**Etat du quorum :** 181 membres convoqués  
**25 présents & 15 représentés**

Le quorum est atteint, la Présidente, Danielle MITELMANN, remercie les membres présents et déclare l'Assemblée Générale Ordinaire 2019 ouverte à 18h50.

---

## **ORDRE DU JOUR**

- ❖ Rapport moral de Mme la Présidente
- ❖ Rapport d'activités 2019
- ❖ Rapport financier 2019
- ❖ Présentation du rapport sur les comptes de l'exercice clos au 31/12/2019  
et rapport spécial du Commissaire aux Comptes
- ❖ Vote des résolutions
- ❖ Présentation du plan d'actions et budget prévisionnel 2020
- ❖ Election des membres du Conseil d'Administration
- ❖ Questions diverses

## **RAPPORT MORAL 2019.**

L'assemblée générale est réunie conformément aux dispositions légales et statutaires entérinées par les Conseils d'Administrations qui se sont déroulé les :

- **Mercredi 4 décembre 2019 :**

-  Validation des tarifs adhésions 2020
-  Bilan et fréquentation et analyse de la saison 2019
-  Situation budgétaire au 30 septembre 2019 et prévisionnel du dernier trimestre
-  Etat d'avancement du plan d'actions 2019
-  Questions diverses
- 

- **Mercredi 24 juin 2020 :**

-  Compte de résultat et bilan 2019
-  Présentation du plan d'actions 2020
-  Budget prévisionnel 2020
-  Vote du plan d'actions et budget prévisionnel 2020
-  Présentation des statuts modifiés de l'OT
-  Questions diverses

---

**Lecture du rapport moral par la Présidente, Mme Danielle MITELMANN.**

Le Directeur soumet le rapport d'activité à l'Assemblée.

## ☒ Les Bilans d'activités

### **1. Accueil et information de la clientèle**

Ouvert 291 jours, dont 7 jours fériés, en 2019, l'OTC a enregistré 8 769 actes, contre 10 070 en 2018 soit -12,9 %. Cela confirme la baisse constante qui est également constatée au niveau national. Et cela nous conforte dans la mise en place de nouvelles actions qui vont au-devant des visiteurs aussi bien en physique qu'en numérique.

Ainsi, de juin à septembre, nous avons organisé des sessions « hors-les-murs » au village et rencontré plus de 300 visiteurs.

La clientèle est toujours majoritairement française (78,8 % des contacts) avec une forte prédominance de Varois. Suivent la région parisienne, les départements d'Auvergne-Rhône-Alpes et ceux des Hauts-de-France.

A l'international, nette présence des Allemands, puis on retrouve les Belges, les Italiens, les Britanniques et les Néerlandais.

### **2. Activité numérique**

#### **Connexion au wifi gratuit**

Malgré une panne subie au mois de décembre, l'année 2019 a été aussi bonne que la précédente avec 11 455 connexions au Wifi public offert gratuitement par l'Office de Tourisme sur la place de l'Ormeau.

#### **Visibilité internet**

Le site internet de l'OTC a enregistré 97 374 visites en 2019. C'est un peu moins qu'en 2018 où nous avons réussi à franchir la barre des 100 000 visites.

En nouveauté, nous avons ajouté un espace sur la page d'accueil pour diffuser des articles et nous en avons proposé 35 entre mai et décembre.

En revanche, nous avons plus que doublé notre visibilité sur Google avec presque 295 000 consultations de la fiche de l'Office de Tourisme.

### **3. Communication**

#### **Réseaux sociaux**

Bonne année 2019 également pour nos réseaux sociaux. Les deux pages Facebook « Ramatuelle autrement » et « Ramatuelle Passion » ont chacune gagné plus de 800 abonnés.

Grace à des publications très régulières et qualitatives, elles fidélisent un lectorat important qui réagit et partage nos informations.

Enfin, nous avons relancé notre compte Instagram en mai 2019 et en 8 mois nous avons gagné 1453 abonnés. Un succès qui se poursuit depuis en 2020.

#### **Newsletters**

2650 abonnés pour notre lettre trimestrielle d'information tourisme et 22 810 personnes touchées par nos lettres animation qui informent sur les activités à Ramatuelle toute l'année.

## **Actions médias**

33 actions ont été réalisées sur l'année 2018 qui vont de la préparation d'articles à la transmission de photos en passant par des interviews radio et l'accueil d'équipes de télévision.

## **4. Animations**

L'ensemble des animations organisées par le service culture de l'Office de Tourisme a réuni 15 545 personnes, principalement lors des expositions, concerts, visites et spectacles et animations enfants.

## **5. Partenaires**

En 2019, nous avons diffusé plus de 25 000 éléments de documentation à nos partenaires.

Et nous avons réalisé une série de visites qui nous a permis de rencontrer près de la moitié de nos 184 adhérents.

## **☒ Les bilans Qualité**

Tout au long de l'année, nous suivons de nombreux indicateurs qualité pour connaître le taux de satisfaction de nos visiteurs, mais aussi savoir ce qui pose problème, afin bien sûr de chercher et apporter des solutions. En 2019, le service accueil a fait un effort particulier pour sonder nos visiteurs. 511 questionnaires satisfaction ont ainsi été remplis par des visiteurs... contre 54 en 2018.

Nous constatons avec grand plaisir que ce large échantillon plébiscite le service proposé à l'accueil avec plus de 95 % de « très satisfaits » et même plus de 99% aux questions « Etes-vous satisfait de la réponse apportée » ou « Notre personnel vous a-t-il incité à découvrir le territoire ? ».

## **Remarques orales**

Comme tout le monde ne prend pas la peine de remplir un formulaire, nous notons également les suggestions et remarques orales de nos visiteurs. En 2019, nous en avons relevé 429 côté culture et 132 côté culture.

Elles se divisent ainsi : 187 remarques positives ; 241 négatives et 12 suggestions.

Et par thématiques :

Transports : manque de bus de manière générale et de navette vers les plages en saison ; bon retour sur la navette marché

Socioprofessionnels : hors saison nombreuses remarques sur fermetures notamment durant les vacances scolaires / haute saison : remarques sur les prix élevés

Signalétique / parkings : nombreuses remarques sur signalétique OT et sentier du littoral, à améliorer. Du positif sur la gratuité des parkings au village.

Randonnées : manque de sentiers en dehors de celui du littoral

OT : nombreux retours positifs sur l'accueil fourni à l'OT et hors les murs ; sur la qualité des documents proposés et mis à disposition par rapport aux autres Offices du Golfe. Négatif : sur les produits boutiques pas assez diversifiés et le manque de tote bag notamment.

Aménagements : retours négatifs sur le manque de douches à Pampelonne, les pannes du distributeur de billets et des WC au village, la posidonie... Nombreux retours positifs sur le fait que le village soit bien entretenu et sur l'aire de camping-car.

Animations : retours positifs sur les visites du village et la promenade botanique ainsi que sur la gratuité des animations proposées. Côté négatif : l'affichage parfois jugé peu lisible ; le marché artisanal trop pauvre, en particulier.

## Réclamations écrites

En 2019, nous avons reçu et traité 9 réclamations écrites. Un tiers concernait la plage de Pampelonne, les autres ont été transmises aux professionnels concernés qui ont ainsi pu répondre aux griefs exposés.

# Bilan du plan d'action 2019

## Cf Enreg 05- Bilan Plan d'actions

### 1. Engagement Qualité en interne : faire reconnaître la qualité des services de l'OT.

Réalisé :

- Renouvellement du label Qualité Tourisme
- Améliorer l'ergonomie du travail en commun
- Mieux connaître et analyser le ressenti des visiteurs
- Optimiser les réservations d'activités partenaires
- Améliorer la gestion des stocks de notre documentation Touristique
- Optimiser l'accueil téléphonique
- Améliorer la saisie et l'analyse des bilans d'activité

Partiellement réalisé ou reporté :

- Mettre en valeur les activités de la commune
- Formaliser le plan de communication

Annulé :

- Améliorer la visibilité de l'OT

### 2. Promotion & communication

Réalisé :

- Permettre la communication en mobilité
- Promouvoir notre destination et notre patrimoine
- Mettre à jour la documentation
- Optimiser le site internet
- Améliorer la visibilité de Ramatuelle en ligne

Partiellement réalisé ou reporté :

- Assurer une reconnaissance de la "marque" Ramatuelle
- Veiller sur l'e-réputation de Ramatuelle
- Gérer et encourager la création de contenu expérientiel et immersif en interne
- Améliorer l'accueil numérique de la presse

Annulé :

- Améliorer l'accueil numérique

### **3. Engagement envers les réseaux institutionnels du tourisme**

Réalisé :

- Participation aux réseaux nationaux et régionaux
- Poursuivre la connaissance du nouveau SIT APIDAE

### **4. Engagements envers les Socioprofessionnels**

Réalisé :

- Renouer le contact avec les socio-pros
- Informer sur la taxe de séjour
- Optimiser la mesure de la satisfaction
- Améliorer la gestion de l'information de nos socio pros.
- Communiquer plus clairement sur les avantages de l'adhésion

Partiellement réalisé ou reporté :

- Soutenir la montée en compétence numérique des professionnels
- Obtenir des dons en nature pour soutenir la communication
- Améliorer la connaissance du "nouveau Pampelonne ».

### **5. Organisation générale & R.H**

Réalisé :

- Assurer le passage de témoin de la direction
- Optimiser les échanges hiérarchiques
- Assurer la montée en compétence du personnel
- Répondre au besoin saisonnier
- Améliorer la répartition des tâches

Partiellement réalisé ou reporté :

- Mettre en place le RGPD

### **6. Animer et dynamiser le territoire**

Réalisé :

- Connaître son territoire
- Animer le hors-saison
- Toucher tous les publics
- Privilégier la gratuité
- Soutenir la création locale
- Rayonnement du territoire

**Vote du rapport moral et du rapport d'activité 2019, à main levée.**

# RAPPORT FINANCIER 2019.

Le directeur soumet le rapport financier à l'Assemblée.

## Budget Prévisionnel 2019 annoncé de 525 020 €

Le Compte de Résultat 2019 : Montant des Charges : 534 724.63 €  
 Montant des Produits : 542 154.88 €  
 Un résultat bénéficiaire de 7 430.25 €

### • Total Charges en augmentation de 32 846 € par rapport à 2018 :

| <u>Montant des charges :</u>                                                                                                                | <u>CR 2019</u> | <u>Variation avec CR 2018</u> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|
| ✂ Variation de stock & Achats de marchandises : ..... 361 €.....                                                                            |                | - 1 164 € (- 76.26 %)         |
| Pas de renouvellements de produit boutique, donc un stock marchandises moins important                                                      |                |                               |
| ✂ Achat d'études & Matériel : .....32 748 € .....                                                                                           |                | + 3 867 € (+13.39%)           |
| Cachets des intervenants extér. pour les animations + Achat de matériel pour la communication numérique                                     |                |                               |
| ✂ Charges de fonctionnement : ..... 112 773 € .....                                                                                         |                | + 10 377 (+10.13 %)           |
| ✂ Impôts – Taxes : .....11 561 € .....                                                                                                      |                | + 4 539 € (+64.64 %)          |
| Augmentation des taxes : notamment taxe sur salaires (on était au maximum de l'abattement association) et formations (Nouvel OPCO - AFDAS). |                |                               |
| ✂ Charges de personnel : ..... 361 842 €.....                                                                                               |                | + 14 527 € (+4.18 %)          |
| Poste supplémentaire => Contrat de professionnalisation + Augmentation de la valeur du point                                                |                |                               |
| ✂ Autres charges : .....1 129 € .....                                                                                                       |                | - 1 331 € (-54.11 %)          |
| ✂ Charges exceptionnelles : .....1 020 €.....                                                                                               |                | +336 € (+49.12 %)             |
| ✂ Amortissements & provisions : .....13 290 €.....                                                                                          |                | + 1 694 € (+14.62 %)          |
| Provisions d'engagement retraite.                                                                                                           |                |                               |

### • Total produit en augmentation de 41 832 € par rapport à 2018 :

| <u>Montant des produits :</u>                                                            | <u>CR 2019</u> | <u>Variation avec CR 2018</u> |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|
| ✂ Prestations vendues : .....13 426 € .....                                              |                | +98 € (- 0.74 %)              |
| ✂ Ventes de marchandises : .....1 748 € .....                                            |                | -130 € (- 6.91 %)             |
| Manifestations et ventes stables                                                         |                |                               |
| ✂ Subvention d'exploitation Municipale : ..... 460 000 €.....                            |                | + 26 168 € (+6.03 %)          |
| ✂ Subvention Prime Emploi Contrat Prof. : ..... 2 000 € .....                            |                | + 2 000 €                     |
| Subvention Pôle emploi pour création du Contrat de Professionnalisation Corinne CRUNET   |                |                               |
| ✂ Cotisations adhérentes : .....58 461 € .....                                           |                | + 15 013 € (+34.55 %)         |
| Révision des tarifs pour les cotisations 2019 avec nouvelle présentation dans les guides |                |                               |
| ✂ Reprise & transfert de charges : .....6 081 € .....                                    |                | - 1 105 € (-15.38 %)          |
| Reprise sur calcul provision pour risques sociaux                                        |                |                               |
| ✂ Autres produits : ..... 439 €.....                                                     |                | - 212 € (-32.75 %)            |

# RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES

Le Commissaire aux Comptes, Véronique RUSSO-CORNEC présente ses rapports relatifs à l'exercice clos le 31 Décembre 2019.

## Vote du rapport financier 2019, à main levée

## PLAN D' ACTIONS 2020

Le Directeur soumet le plan d'actions 2020 à l'Assemblée.

### 1. Engagement qualité en interne

- Mettre en valeur les activités de la commune
  - Continuité de la mission revende ""Amusez-vous""
  - Projet : vente en direct de prestataires locaux"
- Formaliser le plan de communication
  - Créer et partager un plan de communication pour l'OTC
- Poursuivre l'amélioration de la saisie et l'analyse des bilans d'activité
  - Préparer l'exploitation des nouveaux outils (Avizi)
- Mise en avant de thématiques
  - Faire valoir des thématiques de personnalisation de l'offre
- Veille numérique des réseaux
  - Veille des réseaux Google My Business & Trip Advisor
- Promouvoir la marque Qualité Tourisme
  - Accompagnement de la CCI

### 2. Promotion et communication

- Documentation à jour
  - Mise à jour de toute la documentation touristique :
    - Guide hébergement
    - Guide pratique
    - Carte touristique
  - Documentation touristique Interne
- Nouvel Accueil numérique à l'OT
  - Création d'une nouvelle web App sur mesure
- Assurer une reconnaissance de la "marque" Ramatuelle
  - Définir un slogan et/ou logo pour l'action de branding
- Veiller sur l'e-réputation de Ramatuelle
  - Assurer la veille numérique
  - Partage des résultats via une newsletter

- Optimiser le site internet
  - Ajouts de pages de contenu
  - Correction de l'ergonomie
- Gérer et encourager la création de contenu expérientiel et immersif en interne
  - Définir une stratégie de communication unifiée pour tous les services & adaptée aux objectifs de com
  - Piloter la création de contenu
  - Analyser les retours et adapter la communication en conséquence
- Améliorer l'accueil numérique de la presse
  - Refonte de l'espace presse sur le site internet
  - Création d'une photothèque de thumbnails destinée à la presse
- Développer la création de vidéos
  - Produire des vidéos originales pour le site et la chaîne Youtube
- Nouveaux supports numériques
  - Apparaître sur le site Plage TV
- Communication externe Presse & Radio
  - Faire rayonner la destination touristique au niveau local et national
- Promouvoir nos réseaux sociaux
  - Donner une visibilité payante à certaines publications
  - Promouvoir des actions de type concours

### **3. Engagement envers les réseaux institutionnels du tourisme**

- Participation aux réseaux nationaux et régionaux
  - Renouvellement des adhésions auprès d'OTF et FROTSI
  - Renouvellement de la participation financière concernant APIDAE
  - Adhésion Avizi Premium en plus de l'adhésion de base qui Donne la possibilité de gestion et mise en place de mailing
- Poursuivre la connaissance du nouveau SIT APIDAE
  - Continuité des réunions de comité technique -Club utilisateur APIDAE
- Participation au réseau des directeurs du Var
  - Mise en commun des expériences
  - Mutualisation des efforts
- Mise en place d'un réseau des directeurs
  - Création d'un groupe de travail

### **4. Engagement envers les socioprofessionnels**

- Poursuivre le contact avec les socio-pros
  - Poursuivre les rencontres et échanges avec les adhérents
- Créer un réseau de partenaires "forces vives"

- Réunir les partenaires les plus dynamiques pour des actions promotion et communication
- Création d'un dépliant "Caves & Domaines"
  - Réunir les informations sur le vignoble et l'oenotourisme
- Création d'un dépliant "Pampelonne"
  - Réunir les informations sur la zone économique "Grand Pampelonne"
- Organisation d'un Eductour
  - Choix de deux partenaires activité + restaurant pour le déjeuner
- Large diffusion du Guide Pratique

## 5. Organisation générale & R.H

- Répondre au besoin d'activité
  - Recrutement d'un agent en CDI
- Répondre au besoin saisonnier
  - Recruter des agents saisonniers

| Les contrats à durée indéterminée    |                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>DIRECTION</b>                     |                                                                                                                                                                |
| <b>Bruno CAÏETTI</b><br>35 H Hebdo   | <b>Directeur &amp; Chargé de communication</b><br>Stratégie / Communication                                                                                    |
| <b>ADMINISTRATION</b>                |                                                                                                                                                                |
| <b>Gwénola NOMAS</b><br>35 H hebdo   | <b>Responsable administrative &amp; Responsable Qualité</b><br>Administration & RH / Suivi Qualité                                                             |
| <b>ACCUEIL</b>                       |                                                                                                                                                                |
| <b>Anne DE SOUSA</b><br>32 H Hebdo.  | <b>Responsable du service accueil</b><br>Coordination des accueils / Animation des réseaux sociaux                                                             |
| <b>Marge CASSAR</b><br>32H Hebdo     | <b>Gestionnaire de l'information touristique &amp; chargée du back-office</b><br>Recueil de l'information touristique / Guides / Animation des réseaux sociaux |
| <b>Kim HOPKINS</b><br>35H Hebdo.     | <b>Conseillère en séjour</b><br>Coordination hors-les-murs / Animation des réseaux sociaux                                                                     |
| <b>CULTURE</b>                       |                                                                                                                                                                |
| <b>Florence PAGES</b><br>35H Hebdo   | <b>Responsable du service culture</b><br>Coordination de l'événementiel / Promotion                                                                            |
| Les contrats à durée déterminée      |                                                                                                                                                                |
| <b>ACCUEIL</b>                       |                                                                                                                                                                |
| <b>Maëlle PERRIN</b><br>35 H Hebdo   | <b>Conseillère en séjour</b><br>Contrat saisonnier du 11 février au 31 octobre 2019                                                                            |
| <b>CULTURE</b>                       |                                                                                                                                                                |
| <b>Gisèle ROGHIARDO</b><br>32H hebdo | <b>Assistante culture</b><br>Salle d'exposition / Visite insolite / Mission patrimoine<br>Contrat saisonnier du 1er mars au 31 octobre 2019                    |
| <b>Paloma MERLINO</b><br>35H Hebdo   | <b>Assistante culture</b><br>Animations ateliers enfants / Concerts / Animation des réseaux sociaux<br>Contrat saisonnier du 04 mars au 31 octobre 2019        |

- Mettre en conformité le RGPD
  - Nommer un DPO (responsable des données)
  - Poursuivre la mise en conformité en regard du RGPD
- Améliorer la répartition des tâches
  - Réorganisation des tâches en interne
- Abonnements presse
  - Mise à disposition du personnel de la presse locale en numérique + de magazines papier d'inspiration voyage et numérique
- Présentation de l'accueil
  - Amélioration de l'espace accueil
- Amélioration de l'espace de travail
  - Aménagement des bureaux administration
  - Aménagement d'une tisanerie /cuisine

## 6. **Animer et dynamiser le territoire**

- Connaître son territoire
  - Visiter les communes du Golfe de Saint-Tropez / Pays des Maures
  - Visiter les sites touristiques varois
- Animer le hors-saison
  - Proposer des animations / concerts / événements en dehors de périodes de grande fréquentation
- Toucher tous les publics
  - Varier les animations / concerts / événements afin de satisfaire les cibles prioritaires mais également l'ensemble du public
- Privilégier la gratuité
  - Favoriser l'accès du plus grand nombre aux animations / concerts / événements
- Soutenir la création locale
  - Accompagner les projets culturels du territoire
- Assurer le rayonnement du territoire
  - Communiquer sur les événements créés et/ou soutenus par l'OTC
- S'équiper de nouveaux outils numériques
  - Enrichir la visite du village avec du multimédia

## BUDGET PREVISIONNEL 2020

Au regard de ces projets, le budget prévisionnel présenté et voté au Conseil d'Administration du 24 juin 2020, s'élève à **561 060 €**, soit une augmentation de 6.86 % par rapport au BP 2019 :

| <u>Montant des produits :</u>                                                         | <u>BP 2020</u> | <u>Variation avec BP 2019</u> |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|
| ✎ Ventes de Marchandises : .....                                                      | 2 200 €        | + 46.7 %                      |
| ✎ Produits boutique renouvelés                                                        |                |                               |
| ✎ Prestations vendues : .....                                                         | 12 100 €       | +3.9 %                        |
| ✎ Subvention communale : .....                                                        | 486 804 €      | +5.8 %                        |
| ✎ Montant subvention accordée pour 460 000 €                                          |                |                               |
| ✎ Subventions d'exploitation : .....                                                  | 3 380 €        |                               |
| ✎ Prime à l'emploi contrat de professionnalisation pour la 2ème année + prime tutorat |                |                               |
| ✎ Cotisations Adhérents : .....                                                       | 55 800 €       | +9.4 %                        |
| ✎ Produits financiers : .....                                                         | 300 €          | -28.6 %                       |

| <u>Montants des charges :</u>                                     | <u>BP 2020</u> | <u>Variation avec BP 2019</u> |
|-------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------|
| ✎ Achat de marchandises : .....                                   | 1 475 €        | + 268.75 %                    |
| Reprise de la boutique après une année sans achats                |                |                               |
| ✎ Achat d'études & Matériel : .....                               | 50 667€        | + 25.82 %                     |
| Animations supplémentaires prévues dont la fête de juillet        |                |                               |
| ✎ Charges de fonctionnement : .....                               | 113 178 €      | + 3.93 %                      |
| ✎ Impôts - taxes : .....                                          | 8 900 €        | + 24.84 %                     |
| Dépassement abattement asso + OPCO (charge répartie sur 2 années) |                |                               |
| ✎ Charges de personnel : .....                                    | 372 440 €      | + 4.27 %                      |
| Stagiaire 12 mois contre 6 en 2019 / Passage en CDI de Maëlle /   |                |                               |
| ✎ Autres charges : .....                                          | 1 700 €        | + 47.83 %                     |
| ✎ Amortissements & provisions : .....                             | 12 700 €       | + 27 %                        |

**Vote du Plan d'actions et du budget prévisionnel 2020, à main levée.**

## ELECTIONS MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Selon l'article 11 des statuts de l'association, l'association est administrée par un conseil de 24 membres :

L'association est administrée par un conseil de 24 membres, composé de :

- 12 représentants de la commune désignés par le conseil municipal pour la durée du mandat (**élu au Conseil Municipal du 31/10/201**)
- 1 représentant de l'association "Foyer Rural" pour une durée de six ans.
- 1 représentant de l'association "Le cercle du Littoral" pour une durée de six ans.
- 10 représentants socioprofessionnels élus parmi les adhérents volontaires pour une durée de six ans dans les catégories d'activités suivantes :

- ❖ Hébergements : 3 représentants (Hôtels, Meublés, Résidence de charme, Village Vacances)
- ❖ Campings : 2 représentants (camping commerciaux, Camping à la ferme, Loueurs de mobil-home)
- ❖ Etablissements de plage : 1 représentant
- ❖ Restaurants : 1 représentant.
- ❖ Commerces et Artisans : 2 représentants.
- ❖ Viticulteurs et agriculteurs : 1 représentants.

**Les membres procèdent aux votes des 10 représentants socioprofessionnels, ainsi qu'aux 2 représentants d'associations.**

**Pour la catégorie Hébergements : 3 représentants**

(Hôtels, Meublés, Chambre d'hôte, Village Vacances)

Sont élus :

**Christian ROMANO** (Hôtel La Garbine) à l'unanimité

**Alexandra SAMUEL** (Hôtel de la vigne) à l'unanimité

**Pour la catégorie Hôtellerie de Plein Air : 2 représentants**

(Camping commerciaux, Camping à la ferme, Loueur de mobil-home)

Sont élus :

**Nicolas BOLOGNA** (Camping Les Tournels) à l'unanimité

**Florence CEZANNE** (Camping à la Ferme des Tours du Pinet Domaine Cézanne) 39 voix pour et 1 abstention

**Pour la catégorie Restaurants et Etablissements de plage : 2 représentants**

Sont élus :

**Romain MARTINIANI** (Restaurant Le Vésuvio) à l'unanimité

**Jean-Pierre RONCHIN** (Neptune Plage) à l'unanimité

**Pour la catégorie Commerces, Activités et Artisans : 2 représentants.**

Sont élus :

**Loup GENDRY** (Pampelonne Nautic Club) à l'unanimité

**Cédric VERGLAS** (L'Atelier des Musiciens) à l'unanimité

**Pour la catégorie Viticulteurs et agriculteurs : 1 représentant.**

Est élu :

**Sébastien CRAVERIS** (La Tourraque) à l'unanimité

**Pour l'association « Foyer Rural » : 1 représentant.**

Est élue :

**Conchita COUSSANES** (Présidente) à l'unanimité

☐ **Association « le Cercle du Littoral » : 1 représentant.**

**Pas de candidat**

Suite aux votes, nous ne pouvons atteindre le nombre d'administrateurs requis par nos statuts, il reste à affecter 2 postes : 1 représentant socioprofessionnel pour la catégorie « **hébergement** » et 1 représentant pour l'association « ***Le cercle du Littoral*** ».

L'article 13 de nos statuts prévoit la cooptation.

Nous devons donc coopter 2 membres, dont le mandat se terminera à la prochaine Assemblée Générale.

## **Questions diverses.**

---

- La présidente invite les membres de l'AG à poser leurs questions ; aucune question n'est posée.

## **Intervention**

---

- La présidente donne la parole à M. Patrick Rinaudo, premier adjoint et représentant M. le Maire de Ramatuelle.

L'ordre du jour ayant été épuisé, la présidente lève la séance à 20h.

**La Présidente, Danielle MITELAMNN.**

**Le trésorier, Alexandre SURLE**

