

CONVENTION D'OBJECTIFS 2022 ENTRE LA COMMUNAUTÉ D'AGGLOMÉRATION DU GARD RHODANIEN ET L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE

Conformément au Code général des collectivités territoriales et plus précisément l'article L. 134-2 portant sur la compétence en matière de promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme, et au Code du tourisme, la Communauté d'Agglomération du Gard rhodanien a créé un office de tourisme communautaire, sous forme d'une association de loi 1901 (délibération n° 82/2016).

L'Association a pour but d'étudier et de réaliser les mesures tendant à accroître l'activité touristique du territoire de l'Agglomération du Gard rhodanien.

L'association se compose d'un Directoire et d'un Comité d'Orientation Stratégique et de Surveillance. Le détail relatif à leur composition et à leurs fonctions figure dans les statuts de l'association.

Il est convenu et arrêté ce qui suit :

Entre la Communauté d'Agglomération du Gard rhodanien représentée par son Président habilité par le conseil communautaire en date du 07 février 2022

Et

L'Office de Tourisme communautaire représenté par son Président Jérémie CASTOR

ARTICLE 1 - CONTEXTE

L'Office de Tourisme communautaire s'est vu déléguer par le conseil communautaire du Gard rhodanien les missions d'accueil et d'information des touristes ainsi que la promotion touristique du territoire, en coordination avec les institutions en charge du tourisme sur le territoire (l'Agence de Développement et de Réservation Touristique, le Comité Régional du Tourisme...). Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique du territoire. L'Office de Tourisme met en œuvre la stratégie du tourisme définie par l'Agglomération et les programmes locaux de développement touristique. Il peut être amené à commercialiser des prestations de services touristiques dans les conditions prévues au Code du tourisme. Enfin, il peut être consulté sur des projets de développement touristique.

Pour lui permettre de remplir ces tâches d'intérêt public, la communauté d'agglomération lui attribue annuellement, les crédits nécessaires, adaptés à son classement en catégorie II et à ses obligations de prestations de services aux clientèles, ceci en application de l'arrêté du 12 janvier 1999 et du Code du Tourisme.

ARTICLE 2 – MISSIONS

L'Agglomération du Gard Rhodanien a fait du développement du tourisme durable un chantier prioritaire du projet de territoire. Aussi, afin de contribuer à la réalisation de cet objectif, l'Office de Tourisme travaillera sur 4 axes prioritaires :

- Favoriser un tourisme responsable
- Développer une économie touristique en circuit-courts
- Développer la mise en scène du territoire
- Développer le « slow tourisme »

2.1. Favoriser un tourisme responsable :

-L'Office de Tourisme s'attachera à développer la clientèle locale, afin de faire connaître le territoire aux habitants, qu'ils en deviennent ambassadeur, tout en réduisant l'empreinte carbone. L'Office de Tourisme devra donc :

- Développer les 2 sites « Mon Comptoir de Provence Occitane » à Bagnols/Cèze et Pont Saint Esprit

- Développer un service de billetterie annuel, afin de développer la pro locaux.
- Développer une boutique de produits identitaires, valorisant la marque « Provence Occitane » et les savoir-faire locaux (Producteurs, artisans...)
- Développer un accueil mobile sur les marchés et sites emblématiques du territoire (Plus Beaux Villages de France...)
- Assurer un accueil professionnel de la clientèle touristique à l'intérieur des Bureaux d'Informations Touristiques mais aussi à l'extérieur au travers de dispositifs d'accueil mobiles s'il le juge nécessaire
- Fournir les outils et fournitures adéquats pour permettre au personnel de mener à bien les missions confiées
- Alimenter la base de données touristique départementale en lien avec l'ADRT
- Constituer un fichier clients destiné à envisager des actions de Gestion Relation Client
- Posséder des dépliants en adéquation avec son classement et avec les valeurs du territoire
- Tenir un tableau de bord de fréquentation touristique dans les Bureaux d'Informations Touristiques
- Travailler à l'édition du Mag Vac, en partenariat avec TV Sud

-L'Office de Tourisme s'attachera également à favoriser l'éco-citoyenneté des acteurs du tourisme, mais également à participer à la limitation des transports et l'harmonisation de la gestion des flux de clientèles

- Développer, en lien avec les acteurs concernés, la communication sur les bonnes pratiques de gestion des déchets et de gestion de l'eau, auprès des professionnels et des touristes
- Développer les animations visant à développer l'éco-citoyenneté : Sorties SGGG, éco-visites AB Cèze...
- Développer la communication sur la ligne 14 UGGO, en la valorisant auprès des socioprofessionnels du tourisme, et en la commercialisant.
- Valoriser et promouvoir des sites sous-exploités du territoire, afin d'harmoniser les flux : Articles blogs, animations...

2.2. Développer une économie touristique en circuit-court :

2.2.1. Aider les socioprofessionnels dans leur commercialisation

Des actions d'aide et d'accompagnement auprès des socioprofessionnels devront être mises en place. Pour ce faire, l'Office de Tourisme mettra en place des ateliers professionnels à destination des socioprofessionnels, sur des thèmes divers (réseaux sociaux, mise en marché...). De plus, l'Office de tourisme apportera conseils et expertises aux socioprofessionnels demandeurs, en s'appuyant le cas échéant sur des professionnels (Digitale, communication...). Plus largement, l'Office de Tourisme mettra en place des actions pour favoriser la connaissance de l'offre locale (Eductours...)

Afin d'aider les socioprofessionnels dans leur commercialisation, **l'Office de Tourisme développera un système de billetterie pour la commercialisation d'activités de loisirs et d'évènements.** En outre, l'Office de Tourisme développera **une centrale de disponibilités en ligne, afin d'offrir plus de visibilité aux hébergements, et ainsi en favoriser la commercialisation.**

L'Office de tourisme organisera également un évènement de networking BEFORE SEASON, afin de développer la mise en réseaux des acteurs du territoire.

2.2.2. Mise en place d'une offre de marketing de services à destination des socioprofessionnels

Dans la cadre des actions 2022, l'Office de Tourisme mettra en place une offre de marketing de services pour les professionnels, afin de les aider dans leur commercialisation. Ces offres se présenteront sous forme d'offres à la carte, utilisables tout au long de l'année. Cette offre de services sera mise en place avec les socioprofessionnels et pourra évoluer tout au long de l'année. En outre, les socioprofessionnels seront sollicités au sein de différentes commissions et groupes de travail, sur l'ensemble des thématiques touristiques stratégiques.

2.2.3. Développer l'Observatoire d'Attractivité Touristique

Suite aux recommandations du SADI en 2018, des outils d'observations touristiques ont été mis en place. Ces derniers permettent désormais de récolter des données touristiques objectives, à la fois quantitatives et qualitatives. En 2022, l'Office de Tourisme devra poursuivre cette démarche. Afin de pouvoir répondre aux sollicitations de la presse et ainsi

booster la notoriété de la Provence Occitane dans les médias, l'Office de Tourisme devra produire des notes de conjonctures mensuelles en haute saison. De plus, il devra produire en fin de saison un observatoire de conjoncture et qualitatif, diffusable à l'ensemble des professionnels. Cet observatoire devra désormais intégrer une dimension « tourisme durable » (Gestion déchets, consommation eau, électricité...), afin d'envisager les actions futures à mettre en œuvre.

De même l'Office de Tourisme organisera une manifestation à destination de élus et socioprofessionnels, afin d'évoquer le bilan de saison passée, « le Grand Débrief »

2.3. Développer la mise en scène du territoire

2.3.1. Développer les relations presse et influenceurs

Le développement de la mise en scène du territoire est un enjeu majeur : C'est cette dernière qui va positionner l'identité du territoire et développer sa notoriété. Aussi, l'Office de Tourisme Provence Occitane mettra un accent tout particulier sur ces actions de mise en scène. Comme en 2021, l'OT continuera à développer les relations avec la presse, avec notamment l'accueil de journalistes et d'influenceurs. La stratégie digitale, notamment réseaux sociaux, sera renforcée, avec la mise en place d'une stratégie de contenus adaptée (vidéos, expériences...), visant à promouvoir le territoire et développer la communauté d'abonnés.

2.3.2. Développer des actions de communication et de promotion

L'OT mettra en œuvre toute les actions possibles susceptibles de développer la notoriété de la destination : Sponsoring jeux TV et radios, salons, actions promotionnelles...

L'Office de Tourisme participera notamment au Salon du Randonneur à Lyon du 25 au 27/03. D'autres salons pourront être envisagés en cours d'année.

2.3.3. Développer une politique événementielle

L'Office de Tourisme participera à l'organisation de plusieurs évènements structurants pour le territoire, visant à développer son image :

- Le Gran Fondo Provence Occitane, épreuve cyclo sportive d'envergure
- « Les Echappées », nouvelle série valorisant les activités Outdoor et la découverte des produits locaux
- « Le Fascinant Week-End », évènement œnotouristique d'ampleur nationale

De plus, l'Office de Tourisme veillera à accompagner la communication d'un certain nombre d'évènements du territoire, en adéquation avec la politique de mise en scène du territoire (œnotourisme, vélo, patrimoine...)

2.3.4. Adapter et développer les animations

Le programme des animations devra sans cesse s'adapter aux attentes des clients pour optimiser la satisfaction de ces derniers et les fidéliser. Les animations doivent aussi être une façon de valoriser les acteurs locaux.

De plus, de nouvelles animations seront mises en place, notamment les ateliers « Prod'Acteurs », mais aussi la création de nouvelles « expériences thématiques » (autour de l'œnotourisme, de la gastronomie...).

2.4. Développer le « slow tourisme »

2.4.1. Mise en valeur des producteurs et savoir-faire locaux

L'Office de Tourisme devra mettre en valeur les producteurs locaux au travers de ces animations et évènements (Marchés producteurs, animations dédiées...)

De plus l'Office de Tourisme devra valoriser les savoir-faire locaux au travers de ces comptoirs : Vente de produits, présentation...

2.4.2. Développement d'activités « douces »

L'Office de Tourisme mettra en place une gamme d'activités « douces » : Balades en Provence Occitane. Toutes ces activités auront pour but de valoriser le côté « slow » du territoire

2.5. Assurer la continuité des actions engagées

2.5.1. Créer du lien avec les destinations voisines

Pour élargir le champ promotionnel de Provence Occitane, il convient de travailler en réseau avec les destinations voisines. Pour la partie « œnotourisme » le lien avec l'Office de Tourisme du Grand Avignon est incontournable. Pour les activités de pleine nature, des partenariats doivent être envisagés avec les Offices de Tourisme d'Ardèche, mais aussi des territoires gardois proches (Méjannes le Clap, Cèze Cévennes, Uzès...).

2.5.2. Participer au déploiement des activités de pleine nature

Depuis sa création, l'Agglomération du Gard rhodanien porte une politique de développement des circuits de randonnée pédestre en relation avec les associations locales et le département du Gard.

En 2018, l'Agglomération a mis en place de la signalétique sur des circuits cyclotouristiques sur routes partagées.

En 2019, elle a mis l'accent sur la mise en place d'une offre VTT évènementielle.

En 2020, l'accent a été mis sur les déploiements des labels vélo (Accueil Vélo+Territoire Vélo).

En 2021, l'accent sera mis sur le développement d'itinéraires VTT balisés, aux normes FFC.

En 2022, continuité du travail sur les sentiers VTT

2.5.3. Promouvoir les activités de pleine nature

L'Office de Tourisme doit promouvoir l'offre d'activités de pleine nature mises en place par l'Agglomération en éditant des supports adaptés, en les relayant sur des supports numériques et en vendant les cartes de randonnée pédestre éditées conjointement entre le Département et l'Agglomération au sein des Bureaux d'Information Touristique. L'OT organisera tout type de manifestations ou actions de communication visant à développer les pratiques outdoor en Provence Occitane : Développement des balades VTT, accueil de presse, mise en valeur des acteurs, éducteurs.

2.5.4. Travailler en réseau

Pour que la destination existe à l'échelle départementale, régionale et nationale, l'Office de Tourisme devra adhérer à des structures telles que des fédérations et clubs reconnus (Comité Régional du Tourisme, ADN Tourisme etc).

2.5.5. Se doter d'outils performants, de mobiliers adaptés et de fournitures diverses

Pour mener à bien toutes les missions confiées, l'Office de Tourisme doit se doter de nouveaux outils et en assumer les frais de fonctionnement et de maintenance. L'Office de Tourisme est chargé de fournir les Bureaux d'Information Touristique et les « Comptoirs de Provence Occitane » en fournitures administratives et d'entretien. Les frais de maintenance des outils appartenant à l'Agglomération et autres abonnements souscrits par cette dernière restent à la charge de l'Agglomération tout comme les frais et travaux d'entretien des locaux occupés.

2.5.6. Assurer le développement du label Vignobles et Découvertes

A ce titre, il est chargé de la mise en œuvre de toutes les actions de promotion et d'animation garantissant la qualité du label. L'Office de Tourisme participera à des événements œnotouristiques (Salons, foires...) si les conditions sanitaires le permettent.

2.5.7. Développer la qualité de l'offre touristique

L'Office de Tourisme accompagnera les professionnels du tourisme du territoire dans des démarches de classement et de labellisation en lien avec la stratégie (label Vignobles et Découvertes, Accueil Vélo, Référentiel Chambres d'Hôtes Référence).

2.5.8. Apporter son expertise sur des équipements communautaires à vocation touristique

L'Office de Tourisme doit soutenir et promouvoir les actions engagées par la Communauté d'agglomération du Gard rhodanien, 1717 Route d'Avignon, 30200 BAGNOLS-SUR-CEZE.

ARTICLE 3 – ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT**3.1 Le personnel**

Le personnel de l'Office de Tourisme est constitué d'une équipe de collaborateurs de droit privé et public. Les agents de droit privé sont directement embauchés par l'Association Office de Tourisme. Afin d'assurer les missions nécessaires à la réalisation des objectifs touristiques, et selon leurs demandes, les agents de droit public sont mis à disposition de l'association.

3.2 Les locaux

Le siège administratif de l'association est au siège de la Communauté d'agglomération du Gard rhodanien, 1717 Route d'Avignon, 30200 BAGNOLS-SUR-CEZE.

- « Mon Comptoir de Provence Occitane » / Espace « Côtes du Rhône Gardoise » - Place Mallet à Bagnols/Cèze
- « Mon Comptoir de Provence Occitane » - Caserne Peypin à PONT-SAINT-ESPRIT
- BIT de Goudargues, 4 route de Pont-Saint-Esprit à GOUDARGUES
- BIT d'Aiguèze – Place de la Maire à AIGUEZE

Durant l'année 2022, la collectivité restera gestionnaire des locaux en question et en assumera les frais d'entretien.

ARTICLE 4 – FINANCEMENT

Dans le cadre de ses orientations budgétaires 2021, l'Agglomération prévoit d'accorder à l'association une subvention de 500 000.00 €. L'augmentation de la subvention s'explique par valorisation des salaires et charges des agents mis à disposition, pour un montant de 220000€.

Les salaires des agents fonctionnaires étant directement réglés par l'Agglomération, l'Office de Tourisme remboursera à la collectivité cette somme de 220000€

Des crédits complémentaires pourront être prévus pour toute autre mission ponctuelle ou permanente confiée à l'Office de Tourisme. Cela fera l'objet d'un avenant à la présente convention stipulant la nature, la durée et le montant des crédits accordés.

A la fin de l'exercice comptable, l'Office de Tourisme présentera à la collectivité et au Comité d'Orientation Stratégique et de Surveillance un compte-rendu de l'emploi des crédits et de tous les justificatifs nécessaires (bilan, compte de résultat, rapport d'activités).

Des indicateurs de suivi seront mis en place et l'évolution des résultats sera communiquée à ces organismes.

Liste des indicateurs :

- Nombre de contacts renseignés
- Contre-valeur publicitaire des actions de relations presse
- Tout autre indicateur pertinent pour évaluer l'impact du tourisme sur l'économie locale

ARTICLE 5 – DURÉE

La présente convention est conclue pour l'année 2022.

ARTICLE 6 – MODIFICATIONS, RÉSILIATION ET LITIGES

Toute modification reste possible par avenant à l'initiative de l'une ou l'autre des parties pour la bonne réalisation de leur accord.

La résiliation de la présente convention est possible par l'une ou l'autre partie par lettre recommandée avec AR avec un préavis de 3 mois.

Pour tout litige qui pourrait naître entre les parties, quant à l'interprétation ou à l'exécution de la présente convention, les parties s'obligent préalablement à une instance de trouver un accord amiable.

Dans le cas où aucune conciliation ne pourrait intervenir, les parties font d'ores et déjà attribution de juridiction aux Tribunaux compétents.

Fait à Bagnols-sur-Cèze, le

Cet accord comporte 2 exemplaires originaux

Le Président de la Communauté
d'Agglomération du Gard rhodanien

Jean-Christian REY

Le Président
de l'Office de Tourisme Provence Occitane

Jérémie CASTOR