

**CONVENTION PLURIANNUELLE D'OBJECTIFS ENTRE LA COMMUNAUTÉ
D'AGGLOMÉRATION DU GARD RHODANIE
ET L'OFFICE DE TOURISME COMMUNAUTAIRE
1^{er} Janvier 2024 – 31 Décembre 2026**

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 04 mars 2024.

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 3 axes prioritaires :

- **Favoriser un tourisme responsable, facteur de développement local durable**
- **Devenir une destination d'écotourisme reconnue**
- **Développer l'attractivité touristique du territoire**

Ce travail priorisera 3 thématiques identitaires fortes du territoire :

- **Les activités de pleine nature**
- **Le patrimoine**
- **L'œnotourisme**

2.1. Favoriser un tourisme responsable, facteur de développer un tourisme durable

Afin d'appliquer une politique de tourisme durable, facteur de développement local, l'Office de Tourisme s'attachera à valoriser la destination touristique par le biais des mobilités durables, des circuits courts, de produits locaux, et à sensibiliser les acteurs aux pratiques durables (hébergeurs, activités, restauration, etc...).

L'Office de Tourisme s'attachera également à développer la clientèle locale, afin de faire connaître le territoire aux habitants, et qu'ils en deviennent ambassadeurs, tout en réduisant l'empreinte carbone. Pour cela il devra veiller à :

2.1.1. Agir sur la qualité de l'offre touristique locale

-> Proposer un accueil personnalisé et des informations qualifiées

Prenant appui sur l'expertise de destination des conseiller.e.s en séjour :

- 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 si nécessaire
- Développer les 2 sites « Mon Comptoir de Provence Occitane » à Bagnols/Cèze et Pont Saint Esprit
- Développer un accueil mobile sur les marchés et sites emblématiques du territoire (Plus Beaux Villages de France...)
- Posséder des dépliants en adéquation avec son classement et avec les valeurs du territoire
- Alimenter la base de données touristique départementale en lien avec l'ADRT
- Travailler à l'édition d'un support d'édition saisonnier : Mag Vac, en partenariat avec TV Sud

-> Proposer des produits et services adaptés aux publics

- Développer une boutique de produits identitaires, valorisant la marque « Provence Occitane » et les savoir-faire locaux (Producteurs, artisans...)
- Développer un service de billetterie annuel, afin de développer la promotion des activités et événements locaux
- Proposer une billetterie de transports en commun (dont billets régionaux SNCF)

-> Veiller aux « bonnes pratiques »

L'Office de Tourisme s'attachera 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

- Valoriser, 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 (dont sorties SGG...)
- Valoriser et promouvoir des sites sous-exploités du territoire, afin d'harmoniser les flux : Articles blogs, animations...
- Constituer un fichier clients destiné à envisager des actions de Gestion Relation Client vertueuses
- Tenir un tableau de bord de fréquentation touristique dans les Bureaux d'Informations Touristiques
- Mettre à disposition les outils et fournitures adéquats pour permettre au personnel de mener à bien les missions confiées.

-> Accompagner l'obtention de classement et de labels

- Afin de rendre l'offre du territoire plus visible et plus qualitative, il conviendra d'informer et d'accompagner les professionnels du tourisme du territoire dans les démarches de classement et de labellisation en lien avec la stratégie (label Vignobles et Découvertes, Accueil Vélo, Référentiel Chambres d'Hôtes Référence).
- Dans ce cadre, l'Office de Tourisme devra également veiller à entreprendre le renouvellement de son propre classement.

2.1.2. Développer une économie touristique en circuit-court :

-> 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 commercialisation 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. A terme, l'Office de Tourisme proposera un outil de vente 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.

-> **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.

-> **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 2023, 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 en haute saison. De plus, il devra produire en fin de saison, un bilan synthétique quantitatif 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 »

2.2. Devenir une destination d'écotourisme reconnue

2.2.1. Développer le « slow tourisme »

Valoriser le slow tourisme, c'est préconiser des vacances qui permettent de prendre le temps, en redécouvrant la diversité des paysages mais aussi le patrimoine local, historique, culturel, naturel et gastronomique...

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

- L'Office de Tourisme mettra en valeur les producteurs locaux au travers des animations et évènements (marchés producteurs, animations dédiées...).

- L'accent sera particulièrement mis sur le savoir-faire vigneron via un programme hors saison, plutôt dédié à la clientèle de proximité. L'espace Rabelais de Bagnols-sur Cèze accueillera hors-saison les « Instants vignerons », mettant à l'honneur les vignerons des Côtes du Rhône gardoises grâce à des dégustations et accords mets et vins. De plus l'Office de Tourisme devra valoriser les savoir-faire locaux au travers de ces comptoirs : Vente de produits sélectionnés, présentation...

2.2.2. Participer au déploiement des activités de pleine nature et activités « douces »

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 événementielle.

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, la stratégie cyclotourisme

En 2023, requalification de l'existant : veille, tracé et valorisation des circuits VTT/rando

L'Office de Tourisme mettra en place une gamme d'activités « douces » :

- Balades nature, sorties VTT accompagnées, Pique-Niques Provence Occitane, randonnées à pied au lever du soleil, pots d'accueil conviviaux favorables aux échanges et aux rencontres, trail, cyclotourisme...

2.2.3. Promouvoir les activités de pleine nature

- Développement, qualification de l'ensemble des activités de pleine nature dans la démarche départementale Gard Pleine Nature et déploiement d'une offre VTT, Trail, randonnée, escalade, Course d'orientation, cyclotourisme, activités d'eau-vive.

- Mise en place d'un observatoire touristique du territoire permettant de représenter et de travailler l'ensemble des données relatives à l'offre de pleine nature, en étudiant des datas géographiques et numériques (Site web, réseaux sociaux, QR Codes sentiers, et adhésion à des dispositifs de partenaires).

- L'Office de Tourisme doit promouvoir l'offre d'activités de pleine nature de 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, randonnées pédestres, accueil de presse, mise en valeur des acteurs, éductours.

2.2.4. Valorisation des mobilités « douces » et transports en commun

Mise en avant du label « accueil vélo » pour accueillir les cyclotouristes dans les meilleures conditions

Développer la communication sur la ligne 14 UGGO, en la valorisant auprès des socioprofessionnels du tourisme, et en la commercialisant.

Commercialisation de la billetterie régionale SNCF

2.3. Développer l'attractivité touristique du territoire

2.3.1. Développer les relations presse et influenceurs

Le développement de la promotion du territoire est un enjeu majeur, positionnant l'identité du territoire et développer sa notoriété. Aussi, l'Office de Tourisme mettra un accent tout particulier sur ces actions de mise en scène. L'OT poursuivra 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 adaptés (vidéos, expériences...), visant à promouvoir le territoire et à développer la communauté d'abonnés.

2.3.2. Développer des actions de communication et de promotion

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

Pour 2024, l'Office de Tourisme participera notamment au salon ID Week-end à Marseille du 16 au 18 février 2024, afin de développer une promotion régionale et au Salon du Randonneur à Lyon du 22 au 24 mars 2024 pour veiller à l'essor du tourisme de nature auprès d'un bassin de clientèle ciblé.

D'autres salons pourront être envisagés en cours d'année. Le planning des présences de l'office dans les salons sera défini annuellement.

2.3.3. Développer une politique événementielle

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

- Le Gran Fondo Provence Occitane à Cornillon, épreuve cyclosportive d'envergure (précédée la veille d'un marché de produits locaux et d'animations à destination des familles), afin de relayer la stratégie cyclotourisme, sport nature et slow tourisme mise en œuvre.
- « Le Fascinant Week-End », événement œnotouristique d'ampleur nationale

De plus, l'Office de Tourisme veillera à accompagner la communication d'un certain nombre d'événements du territoire, en adéquation avec la politique de mise en scène du territoire sur les thèmes de l'œnotourisme, des activités de pleine nature (dont vtt, vélo et rando), et du patrimoine...

2.3.4. Adapter et développer les animations

Le programme devra s'adapter aux attentes des clients (locaux ou vacanciers), derniers et les fidéliser, et aura pour ambition de valoriser l'offre touristique locale.

Outre un programme d'animations estival varié, l'accent sera mis sur l'organisation de 3 événements phares :

- Le Gran Fondo
- Le rallye des plus beaux villages
- Le Fascinant Week-end.

2.4. Assurer la continuité des actions engagées

2.4.1. 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...).

2.4.2. 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.)

2.4.3. 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.

2.4.4. 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 pourra à ce titre participer à des événements œnotouristiques (Salons, foires...) et organiser des événements de type « les apéritifs vigneron » incluant une dégustation de vins de vigneron labellisés.

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

L'Office de Tourisme doit soutenir et promouvoir les actions engagées par l'agglomération dans le domaine du tourisme.

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 Pépin à PONT-SAINT-ESPRIT
- BIT de Goudargues, 4 route de Pont-Saint-Esprit à GOUDARGUES
- BIT d'Aiguèze – Place de la Maire à AIGUEZE

La collectivité restera gestionnaire des locaux en question et en assumera les frais d'entretien.

ARTICLE 4 – FINANCEMENT

Le montant annuel de la subvention à l'office de tourisme fera l'objet d'un vote a

Dans le cadre de ses orientations budgétaires 2024, l'Agglomération prévoit d'accorder à l'association une subvention de **565 000 €**.

- 384 000 € au titre de la subvention annuelle 2024.
- La participation pour la refonte du site Provence Occitane, pour un montant de 25 000 € annuellement sur 2 ans (2024 et 2025).
- La valorisation des salaires et charges des agents mis à disposition, pour un montant de 156 000€.

Les salaires des agents fonctionnaires étant directement réglés par l'Agglomération, l'Office de Tourisme remboursera à la collectivité cette somme de 156 000 €.

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 une durée de 3 ans, du 1^{er} Janvier 2024 au 31 Décembre 2026.

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