

**BUREAU METROPOLITAIN DU  
LUNDI 14 AVRIL 2025**

<b>NOMBRE D'ELUS METROPOLITAINS EN EXERCICE : 16</b>  <b>QUORUM : 9</b>		
PRESENTS	REPRESENTES	ABSENTS
14	0	2
<b>OBJET DE LA DECISION</b>  <b>N° 25/208</b>  <b>ATTRIBUTION D'UNE SUBVENTION DE 850 000 EUROS - CONVENTION D'OBJECTIFS ENTRE LA METROPOLE TPM ET L'OFFICE METROPOLITAIN DE TOURISME PROVENCE MEDITERRANEE - ANNEE 2025 - AUTORISATION DE SIGNATURE</b>		

Le Bureau Métropolitain de la Métropole TOULON PROVENCE MEDITERRANEE régulièrement convoqué, a été assemblé sous la présidence de Monsieur Jean-Pierre GIRAN.

**PRESENTS :**

M. Thierry ALBERTINI, Mme Hélène ARNAUD-BILL, M. Robert BENEVENTI, Mme Nathalie BICAIS, M. Robert CAVANNA, M. Jean-Pierre GIRAN, M. Arnaud LATIL, Mme Geneviève LEVY, Mme Josée MASSI, M. Jean-Louis MASSON, M. Francis ROUX, M. Hervé STASSINOS, M. Jean-Sébastien VIALATTE, M. Gilles VINCENT.

**ABSENTS :**

M. Cheikh MANSOUR, M. Ange MUSSO.

## DÉCISION MÉTROPOLITAINE

**N° 25/208**

**BUREAU DU 14 AVRIL 2025**

**O B J E T : ATTRIBUTION D'UNE SUBVENTION DE 850 000 EUROS  
- CONVENTION D'OBJECTIFS ENTRE LA METROPOLE  
TPM ET L'OFFICE METROPOLITAIN DE TOURISME  
PROVENCE MEDITERRANEE - ANNEE 2025 -  
AUTORISATION DE SIGNATURE**

**LE BUREAU MÉTROPOLITAIN,**

**VU** le Code Général des Collectivités Territoriales, et notamment l'article R.2221-1 portant création de la Régie et les articles R.2221-35 à R.2221-52 relatifs au fonctionnement comptable et budgétaire des régies à caractère industriel et commercial,

**VU** le Code du Tourisme et notamment les articles L.133-1 à L.133-10 et portant dispositions communes aux offices de tourisme et L.134-2 et suivants portant création de l'Office de Tourisme Intercommunal ainsi que les articles R.133-1 et suivants portant dispositions particulières applicables aux Offices de Tourisme constitués sous la forme d'un Etablissement Public Industriel et Commercial,

**VU** la Loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant Nouvelle organisation Territoriale de la République,

**VU** le décret n°2017-1758 en date du 26 décembre 2017 portant création de la Métropole Toulon Provence Méditerranée,

**VU** la délibération n°23/05/078 du 4 mai 2023 portant délégations au Président et au Bureau,

**VU** la délibération n°16/09/99 du Conseil Communautaire de la Communauté d'Agglomération Toulon Provence Méditerranée du 20 septembre 2016 instaurant la taxe de séjour intercommunale,

**VU** la délibération n°16/11/47 du Conseil Communautaire de la Communauté d'Agglomération Toulon Provence Méditerranée du 10 novembre 2016 portant création de l'Office Intercommunal de Tourisme Provence Méditerranée, sous forme d'EPIC et adoptant ses statuts,

**VU** la délibération n°17/03/75 du Conseil Communautaire de la Communauté d'Agglomération Toulon Provence Méditerranée du 30 mars 2017 portant approbation des modifications des statuts de l'Office Intercommunal de Tourisme Provence Méditerranée,

**VU** la délibération n°17/03/76 du Conseil Communautaire de la Communauté d'Agglomération Toulon Provence Méditerranée du 30 mars 2017 portant approbation des modifications de la charte de gouvernance et les grands principes financiers de l'Office Intercommunal de Tourisme Provence Méditerranée,

**VU** la délibération n°25/03/02 du CODIR de l'OMTPM du 5 mars 2025 portant adoption de la convention d'objectifs 2025 entre la Métropole TPM et l'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée,

**VU** l'avis favorable de la commission Attractivité Economique et Développement Numérique du 6 février 2025,

**VU** la convention d'objectifs 2025 ci-jointe,

**CONSIDERANT** que la convention d'objectifs annuelle définit le cadre de référence dans la relation entre la Métropole TPM, collectivité de tutelle et l'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée et fixe notamment les engagements réciproques des deux parties, à savoir :

- Les objectifs stratégiques et les actions confiés par la Métropole TPM à son outil opérationnel, l'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée,
- Les moyens matériels et financiers nécessaires à la mise en œuvre de ladite convention,

**CONSIDERANT** qu'il convient d'attribuer une subvention annuelle à l'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée pour mettre la mise en œuvre la politique touristique de la Métropole TPM sur l'ensemble du territoire de l'intercommunalité,

**CONSIDERANT** qu'il convient de fixer le montant de cette subvention à 850 000 € pour l'année 2025,

Et après en avoir délibéré,

# DECIDE

## ARTICLE 1

**D'APPROUVER** les termes de la convention d'objectifs 2025.

## ARTICLE 2

**D'AUTORISER** Monsieur le Président de la Métropole TPM à signer la convention d'objectifs 2025 entre la Métropole Toulon Provence Méditerranée et l'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée.

## ARTICLE 3

**D'ATTRIBUER** une subvention d'un montant total de 850 000 € (huit cent cinquante mille euros) à l'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée au titre de la subvention annuelle 2025.

## ARTICLE 4

**DE DIRE** que les crédits nécessaires sont inscrits au budget principal 2025, sous l'opération 16118, fonction 633, article 65736222.

Ainsi fait et délibéré les jours, ou mois et ans que dessus.  
Pour extrait certifié conforme au registre.

Fait à Toulon, le 14 avril 2025

Jean-Pierre GIRAN

Président de la Métropole  
Toulon Provence Méditerranée

POUR 14  
CONTRE 0  
ABSTENTION 0



# **CONVENTION D'OBJECTIFS ENTRE LA METROPOLE TOULON PROVENCE MEDITERRANEE ET L'OFFICE METROPOLITAIN DE TOURISME PROVENCE MEDITERRANEE POUR L'ANNEE 2025**

Il est engagé la présente convention Entre :

La Métropole Toulon Provence Méditerranée, dont le siège social est situé 107 Boulevard Henri Fabre, à Toulon, représentée par Monsieur Jean-Pierre GIRAN, en sa qualité de Président dûment habilité à l'effet des présentes par décision du Bureau Métropolitain du 14 avril 2025,

Ci-après « la MTPM »

D'une part,

Et

L'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée, Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC), dont le siège social est situé 107 Boulevard Henri Fabre, à Toulon, représenté par Monsieur Laurent JEROME en sa qualité de Président dûment habilité à l'effet des présentes par délibération du Comité de Direction en date du 18 Mai 2021,

Ci-après « l'Office de Tourisme OMTPM » D'autre part

Dénommés ensemble « les Parties »

## **PREAMBULE**

Pour mémoire, en application de la Loi NOTRe, à partir du 01/01/2017, la compétence tourisme «Promotion du tourisme, dont la création d'office de tourisme » a été transférée de plein droit par les communes à la CA Toulon Provence Méditerranée, devenue Métropole en 2018.

Conformément au Code du Tourisme, la CA TPM par délibération en date du 20/09/2016 a confié à l'Office de Tourisme les missions relevant du service public touristique local telles qu'énumérées par l'article L133-3 du Code du tourisme, à savoir les missions de service public d'accueil et d'information des touristes, ainsi que la promotion touristique du territoire de TPM.

L'Office de Tourisme Métropolitain est donc chargé de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique du tourisme local et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques pour les professionnels et les visiteurs du territoire de la Métropole TPM.

L'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée (dénommé OMTPM) a été créé sous forme d'un établissement public industriel et commercial (EPIC).

L'OMTPM dispose, en tant qu'EPIC, d'un seul budget sans sous-budget et d'une seule politique de gouvernance en lien avec la Métropole.

Par délibération en date du 20/09/2016, le Conseil Communautaire de la CA TPM a institué une taxe de séjour sur le territoire communautaire à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017.

Par délibération 21/09/272 en date du 30/09/2021, le Conseil Métropolitain a adopté le Projet Métropolitain, document stratégique, qui a vocation à afficher la vision, les ambitions et les priorités d'action de la Métropole pour le territoire.

Ceci exposé il est arrêté et convenu ce qui suit :

#### ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention d'objectifs est le cadre de référence dans la relation entre la Métropole TPM, collectivité de tutelle, et l'Office de Tourisme Métropolitain. Elle fixe *notamment* les engagements réciproques des deux parties, à savoir :

- les objectifs stratégiques et les actions confiés par la Métropole TPM à son outil opérationnel, l'Office de Tourisme,
- les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ladite convention. Ces moyens sont notamment composés du produit de la taxe de séjour ainsi que d'une participation financière allouée mais également de moyens matériels et locaux mis à disposition.

#### ARTICLE 2 : ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME METROPOLITAIN

La politique stratégique de l'Office de Tourisme Métropolitain Provence Méditerranée (OTMPM) constitue la déclinaison opérationnelle de la stratégie touristique définie dans le Projet de Mandat de la Métropole « Toulon Provence Méditerranée ».

L'affirmation du rayonnement de la Métropole à l'échelle nationale et internationale passe notamment par :

*La définition d'une stratégie marketing du territoire en identifiant ses atouts reconnus et en mettant en place des actions de promotion innovantes fondées sur l'identité du territoire, tout en déclinant une charte graphique pertinente et partagée, autour d'un nom de destination clair et lisible et d'un réseau d'ambassadeurs du territoire.*

Cette dernière définit **9 leviers d'actions** permettant de développer les impacts positifs de l'activité touristique sur le territoire, qui s'inscrivent dans l'**AXE 3 du projet métropolitain : Une Métropole maritime compétitive et innovante.**

- Valoriser le **capital exceptionnel de la Métropole** (balnéaire, patrimonial, muséal, événementiel, naturel).
- Développer le **tourisme urbain, culturel et d'affaires** pour permettre de rééquilibrer la fréquentation touristique au cours de l'année.
- Multiplier l'accueil des **grands événements sportifs** de renommée nationale ou internationale (rugby, athlétisme, e-sport, sports nautiques, JOP,...).
- Accroître et diversifier l'**offre d'hébergement touristique** métropolitaine par une **montée en gamme** de l'offre touristique.
- **Fédérer un écosystème touristique** plus intégré.



- Développer des **pratiques touristiques plus innovantes et respectueuses de l'environnement** : nouveaux lieux, nouveaux usages (notamment le tourisme connecté), développement de l'écotourisme.
- **Développer et améliorer l'offre balnéaire** tout en respectant les contraintes réglementaires liées au domaine public maritime, en optimisant l'accueil des différents publics, en respectant le paysage et en limitant l'impact environnemental.
- Imaginer le tourisme de demain en développant avec les acteurs du territoire un « **tourisme lab** » **dédié à l'innovation et la formation.**
- Accompagner la **montée en puissance de la R&D** et d'entités de formations favorisant la montée en gamme des prestations.

#### **DECLINAISON OPERATIONNELLE SUR LA STRATEGIE DE L'OFFICE DE TOURISME**

L'action de l'OMTPM se portera plus spécifiquement sur les volets de la stratégie métropolitaine pour lesquels l'OMTPM dispose de la compétence. Ainsi, les actions se concentreront sur les axes stratégiques suivants :

- Mise en place d'un tourisme tout au long de l'année
- Développement et amélioration de l'offre des filières prioritaires (œnotourisme, gastronomie, nautisme, plongée, vélo, randonnée, ...)
- Développement d'un tourisme urbain, culturel et d'affaires
- Irrigation des flux sur l'ensemble du territoire
- Promotion d'un tourisme innovant et respectueux de l'environnement

Pour ce faire, un volet important sera consacré à la fédération d'un écosystème intégré, seul gage de réelle efficacité pour une approche territoriale d'une stratégie de développement touristique.

#### **ARTICLE 3 : LES MISSIONS PRINCIPALES DE L'OFFICE DE TOURISME METROPOLITAIN**

Les principales missions de l'OMTPM sont énumérées dans l'article L133-3 du Code du Tourisme d'une part et précisées dans ses statuts, ces missions sont :

- Assurer l'accueil et l'information des touristes et des visiteurs dans ses bureaux ouverts à l'année et saisonniers et à l'occasion des événements dont l'affluence justifie de se déplacer hors des murs pour diffuser l'information et faire connaître l'offre touristique du territoire,
- Assurer la promotion touristique de la Métropole et des professionnels du tourisme du territoire en coordination avec Var Tourisme, le CRT de la Région Sud Provence Alpes Côte d'Azur et Atout France,
- Contribuer à coordonner les interventions des différents partenaires du développement touristique local,

- Assurer les missions complémentaires telles que la commercialisation de produits touristiques,
- Rendre compte de ses actions et de ses résultats à la Métropole TPM. Il appartient à l'OMTPM de déterminer ses plans d'actions et les moyens à mettre en œuvre pour atteindre les objectifs fixés par la Métropole et notamment le maintien de sa Certification Qualité Tourisme et le maintien de son classement en Catégorie I.

**Pour y parvenir, l'OMTPM met en œuvre un plan d'actions spécifique pour chaque objectif qui lui est fixé par la Métropole en mobilisant ses équipes et les moyens qui lui sont dévolus.**

## **INDICATEURS TERRITORIAUX**

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuitées globales</li> <li>- Nuitées par type d'hébergement</li> <li>- Flux globaux</li> <li>- Répartition de la fréquentation sur l'année</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Provenance des visiteurs</li> <li>- CSP</li> <li>- Motivation</li> </ul>

### **1 - Développement d'une activité touristique à l'année**

La fréquentation touristique du territoire est importante et reste concentrée sur la période estivale. Pour le bon fonctionnement de l'activité économique des professionnels, le développement d'une activité touristique acceptable par les habitants, avec un impact maîtrisé sur l'environnement, il est nécessaire d'optimiser son étalement tout au long de l'année.

### **2 - Promotion d'un tourisme respectueux de l'environnement et en harmonie avec les habitants**

Le développement durable de l'activité touristique passe par une approche équilibrée des activités avec les habitants du territoire et l'environnement.

### **3 - Développement d'une image positive et cohérente du territoire**

La diffusion d'une image et de valeurs fortes et cohérentes du territoire de la Métropole est essentielle à l'efficacité de nos actions et à l'activité touristique dans notre destination.

### **4 - Garantir de vivre l'expérience de l'hospitalité provençale**

L'accueil physique d'une destination revêt une valeur de plus en plus forte, relevant plus de la notion d'hospitalité. Ainsi, ce volet est un maillon essentiel dans la réussite d'un séjour et dans notre capacité à fidéliser nos visiteurs.



## **AXES STRATEGIQUES 2025**

- Élaborer une stratégie permettant de proposer une organisation touristique générant des retombées positives sur le vivant (environnement naturel et humain).
- Installer la nouvelle identité territoriale en s'appuyant sur notre réseau de professionnels et sur un plan média dédié.
- Déployer le schéma d'accueil et d'hospitalité sur le territoire.
- Construire une offre commerciale de découverte du territoire, facilitant les courts séjours.
- Consolider la dynamique d'accompagnement des professionnels en cohérence avec la stratégie touristique du territoire.
- Structurer l'offre œnotouristique et gastronomique pour favoriser la découverte de l'ensemble du territoire.

Chaque entité de l'OMTPM est ainsi tournée vers chacun de ces objectifs en organisant une stratégie spécifique assortie d'indicateurs pertinents.

## **DECLINAISON DU PLAN D'ACTION PAR DIRECTION**

### **DIRECTION DE LA COMMUNICATION**

#### **STRATEGIE**

L'année 2024 a été consacrée à la mise en œuvre de la nouvelle identité du territoire grâce au travail collaboratif avec les élus, professionnels et membres de l'équipe. Ainsi, une plateforme de marque, un manifeste, une déclinaison graphique et un plan de déploiement sur les supports ont été réalisés.

L'année 2025 sera consacrée à la réalisation des supports, au partage de la nouvelle identité avec les acteurs du territoire et à la réalisation d'un plan media ambitieux permettant d'installer la marque.

#### **OBJECTIFS 2025**

- La nouvelle identité territoriale est finalisée et partagée avec l'ensemble des acteurs (professionnels, institutionnels...).
- La nouvelle gamme d'édition est finalisée et opérationnelle dès le mois d'avril.
- Le site web décline la nouvelle identité.
- Un plan media national est mis en œuvre pour déployer la nouvelle identité.
- La mise en œuvre des réseaux sociaux décline la nouvelle identité.
- Les relations avec la presse permettent d'asseoir le nouveau positionnement du territoire.
- Des propositions sont faites aux professionnels du territoire afin de relayer la nouvelle identité.
- L'ensemble des communications de l'équipe porte la nouvelle identité.

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
<b>Editions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre d'éditions</li> <li>▪ Nombre d'exemplaires</li> <li>▪ Nombre de téléchargements en numérique</li> </ul> <b>Presse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre d'articles de presse</li> <li>▪ Contre-partie publicitaire</li> <li>▪ Nombre d'opérations presse</li> <li>▪ Nombre d'accueil-presse</li> </ul> <b>Réseaux sociaux</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre d'abonnés aux différents comptes</li> <li>▪ Nombre d'articles publiés</li> <li>▪ Engagement</li> </ul> <b>Web</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre de visiteurs uniques</li> <li>▪ Nombre de pages vues</li> </ul> <b>Médiathèque</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre de nouvelles photos référencées</li> <li>▪ Nombre de nouvelles vidéos référencées</li> </ul> <b>Campagnes de communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre de personnes touchées</li> <li>▪ Zones géographiques</li> </ul> <b>Salons</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre de salons</li> <li>▪ Nombre de contacts qualifiés</li> <li>▪ Nombre de brochure utilisées</li> </ul>	<b>Editions</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre d'éditions non-utilisées</li> <li>▪ Retour d'expérience satisfaction des utilisateurs et des clients</li> </ul> <b>Presse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Analyse du contenu des articles parus</li> </ul> <b>Réseaux sociaux</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Suivi de l'e-réputation</li> <li>▪ Avis google / trip-advisor</li> </ul> <b>Web</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Top 10 des pages vues</li> </ul>

## **DIRECTION DE LA COMMERCIALISATION ET DU MARKETING**

### **STRATEGIE**

Après la mise en place de l'outil de commercialisation unique à l'échelle de la destination, l'année se concentrera sur l'optimisation de la relation client et le développement des boutiques, ces deux axes étant travaillés dans le cadre du schéma d'accueil et d'hospitalité.

L'activité commerciale individuel sera maintenue selon les mêmes niveau que l'année écoulée.

### **OBJECTIFS 2025**

- La méthodologie de gestion de la relation client avant, pendant et après le séjour est en place et permet d'assurer le lien entre les missions de promotion / communication, d'accueil et de commercialisation.
- Le City pass est opérationnel à l'échelle de la métropole dès la fin de l'année.
- L'activité commerciale individuelle et groupe est maintenue au niveau de 2024.
- Les boutiques proposent à minima 60 % de produits issus du territoire et permettent une valorisation par les conseillers en séjour dans l'accueil des visiteurs.

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Chiffre d'affaires loisirs, boutique, visites guidées, groupes et séminaires</li> <li>▪ Nombre de visites guidées</li> <li>▪ Nombre de groupes et séminaires</li> <li>▪ Nombre de newsletters</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Questionnaires de satisfaction accueil / groupes / Croisières vigneronne / Destination Porquerolles</li> <li>▪ Top 10 des produits boutiques</li> </ul>

## **DIRECTION DES FILIERES**

### **STRATEGIE**

2024 a permis d'installer formellement un fonctionnement actif des filières œnotourisme / gastronomie et vélo avec la mise en place de commissions de travail avec les professionnels et autres acteurs directement impliqués dans ces filières. Pour le vélo, de nombreux professionnels ont été labellisés « Accueil vélo » et une gamme d'itinéraires vélo permettant de découvrir une sélection de boucles emblématiques du territoire a été mise en place sur internet.

La fin d'année s'est concrétisée par le lancement officiel de la candidature commune « Vignobles et découvertes » avec l'agglomération Méditerranée Porte des Maures.

L'année 2025 sera consacré à la mise en place des supports papiers et digitaux de valorisation de ces filières et à l'animation du réseau « Vignobles et découvertes » nouvellement mis en place.

### **OBJECTIFS 2025**

- Le Label « Vignobles et découvertes » est validé et le plan d'animation des professionnels opérationnel.
- Une gamme d'itinéraires de randonnées permettant de découvrir une sélection de boucles emblématiques du territoire est mise en place sur internet.
- Les supports de promotions liés aux randonnées et balades, au label « V & D » et à l'Art de vivre sont finalisés.
- L'ensemble des Bureaux d'information du territoire sont labellisés « Tourisme et Handicap ».

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nombre de professionnels impliqués (commissions...)</li> <li>▪ Nombre de réunions de travail</li> <li>▪ Nombre de clients croisières vigneronnes</li> <li>▪ Nombre d'éditions et d'exemplaires print et téléchargement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Satisfaction des professionnels</li> <li>▪ Nombre de prestataires engagés dans un label « Accueil vélo », « Tourisme et handicap », « Vignoble et découverte »</li> <li>▪ Satisfaction des professionnels des filières</li> </ul>

## **DIRECTION DES RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS**

### **STRATEGIE**

2024 a permis de bien identifier les besoins des professionnels et de proposer une programmation annuelle de temps d'information, de formations ou d'éductours afin d'accompagner la montée en compétences et de valoriser la connaissance du territoire. Les premières Grandes rencontres rassemblant plus largement l'ensemble des professionnels ont proposé deux temps de partage, à la Seyne-sur-Mer en mars et à Hyères en novembre.

Dès 2025, la direction des professionnels va, au travers des rendez-vous réguliers et des temps de rencontre, porter les projets et dossiers clés de l'Office de Tourisme, particulièrement ce qui concerne, le lien avec le vivant sur le volet « Tourisme durable », la nouvelle identité, l'hospitalité et la commercialisation.

### **OBJECTIFS 2025**

- Le nouveau dispositif d'accueil et d'hospitalité est déployé chez les plus gros opérateurs d'hébergements (physique et sensibilisation / formation).
- Le programme annuel et les rencontres avec les professionnels proposent des actions concrètes facilitant et développant les actions entreprises pour prendre en compte le vivant.
- La nouvelle identité du territoire est relayée par les principaux opérateurs du territoire.
- Le projet de City pass a intégré la participation des professionnels, dans sa conception et sa mise en œuvre.

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nombre de rencontres avec les professionnels : CODIR, ateliers, éductours, forum, GQD</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Satisfaction des professionnels</li><li>▪ Nombre de professionnels impliqués (présence réunions de travail, commissions)</li><li>▪ Nombre de professionnels engagés dans les démarches « Qualité Tourisme » et « Tourisme durable »</li></ul>

## **DIRECTION DES ACCUEILS**

### **STRATEGIE**

Le travail sur le Schéma d'accueil et d'hospitalité a été lancé au mois de mai 2025 et un travail collaboratif avec les équipes et les professionnels a permis de poser les axes de la stratégie d'hospitalité. Ainsi, l'accueil est pensé sur l'ensemble du territoire pour mieux prendre en compte le parcours client, avec une action spécifique auprès des professionnels de l'hébergement et des activités qui accueillent une part très importante de touristes.

Au sein des bureaux d'accueil, l'année 2025 permettra de mettre en place les conditions valorisant l'expérience dans la relation humaine à forte valeur ajoutée, notre conviction étant que la capitalisation sur la relation humaine sera demain plus encore gage de qualité et de différenciation.

## OBJECTIFS 2025

- Le Schéma d'accueil et d'hospitalité est finalisé et les actions sont programmées dans le temps et intégrées dans les différentes directions (pilotage par la direction de l'accueil des actions relevant d'autres directions).
- Les orientations issues du Schéma se mettent en œuvre progressivement conformément à la planification issue du Schéma, et ce, dans les différentes directions.
- Les 3 premiers bureaux d'information sont réaménagés afin d'adapter leur fonctionnalité aux orientations du Schéma, de relayer le volet sensibilisation au vivant et la nouvelle identité du territoire.
- La mise en place de 2 Relais information Tourisme est finalisée.

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de professionnels « relais accueil »</li> <li>• Flux de visiteurs par BIT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provenance géographique</li> <li>• Questionnaires de satisfaction</li> <li>• Avis google</li> </ul>

## DIRECTIONS DES FONCTIONS SUPPORTS

### STRATEGIE

Mettre en place un pilotage transversale des différentes activités liées aux fonctions supports afin de faciliter la réalisation des missions des équipes de l'OTMPM, d'optimiser les achats, de réduire les dépenses, et de faciliter le travail collaboratif par la mise en place d'outils communs, accessibles par tous et mis à jour régulièrement.

## OBJECTIFS 2025

- L'organisation de la direction s'appuyant sur l'autonomie, la transversalité et la spécialisation des missions, permet une réactivité forte au service de la mise en œuvre du plan d'action de l'OTMPM.
- Les plans de charges de chacun correspondent à la réalité des missions à conduire et garantissent efficacité et sérénité.
- Une réflexion sur les axes d'amélioration des outils et méthodes est lancée afin de proposer un plan d'action pluriannuel.
- Les supports informatiques sont stabilisés à l'échelle de toute l'équipe au niveau du territoire métropolitain.

Indicateurs quantitatifs	Indicateurs qualitatifs
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Taxe de séjour</li> <li>- Chiffre d'affaires</li> <li>- ETP, types de contrats</li> <li>- Nombre heures de formation</li> <li>- Nombre de marchés</li> <li>- Evaluation des fournisseurs / part engagée RSE</li> <li>- Volume papier produit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Engagement de la démarche RSE</li> <li>- Typologie des formations</li> </ul>

#### ARTICLE 4 : LES MISSIONS COMPLEMENTAIRES POUR L'OFFICE DE TOURISME METROPOLITAIN

La Métropole TPM confie à l'Office de Tourisme des missions complémentaires, liées aux missions principales ci-avant détaillées.

##### 4.1. TAXE DE SEJOUR METROPOLITAINE

L'Office de Tourisme assiste les agents de la mission taxe de séjour de la Métropole en charge de la collecte de la taxe de séjour sur tout le territoire.

Dans une perspective de développement du dispositif, il doit être un soutien à la Métropole TPM pour :

- Informer et sensibiliser les hébergeurs professionnels et privés sur les modalités et finalités de la taxe de séjour communautaire,
- Soutenir et animer le dispositif de collecte de la taxe de séjour : aide au suivi et traitement des déclarations, relances, etc.

De ce fait, l'OMTPM participe activement à la collecte de la Taxe de Séjour sur le territoire de la Métropole en prenant à sa charge le coût financier du salaire du régisseur principal, salarié de l'OMTPM, et de son indemnité de régie pour le compte de la Métropole TPM ainsi que le coût de mise à disposition de son bureau.

Le Régisseur, employé de l'OMTPM, assure à hauteur de 95% de son temps de travail annuel, la gestion des paiements, l'information des hébergeurs et/ou des clients, établit les statistiques et organise les réponses à toutes les questions relatives à la taxe de séjour perçue par la Métropole.

Pour ce faire, il est assisté de deux agents métropolitains du Service Attractivité et Grands Evènements pris en charge par la Métropole TPM :

- un régisseur suppléant à temps plein,
- un agent à temps partiel en fonction du besoin.



## **4.2 QUALITE ET CLASSEMENT**

### **4.2.1 Marque « Qualité Tourisme »**

L'Office de Tourisme Métropolitain Provence Méditerranée a obtenu le renouvellement du droit d'usage de la marque « Qualité Tourisme », le 2 mai 2024, avec un excellent taux de conformité de 96,03% aux critères du référentiel de la marque.

L'Office de Tourisme Métropolitain, en lien avec sa collectivité de tutelle TPM, s'engage à tout mettre en œuvre et à mobiliser les moyens nécessaires afin de développer et de maintenir le niveau d'excellence de ses services contribuant au maintien du processus Qualité et de son Classement en catégorie I, dans une démarche d'amélioration continue.

### **4.2.2 ACCOMPAGNEMENT DES COMMUNES DANS L'OBTENTION DES CLASSEMENTS TOURISTIQUES.**

L'OMTPM s'engage à accompagner (aide au montage des dossiers par la communication d'informations) les communes du territoire de la métropole dans leurs démarches pour l'obtention, le maintien et le renouvellement des différents classements touristiques (commune touristique, station classée de tourisme, ...).

L'OMTPM participera aux travaux relatifs à la révision des différents critères de classement des communes touristiques initiés par la Direction Générale des Entreprises (DGE).

## **4.3 REGLEMENT GENERAL DE PROTECTION DES DONNEES (RGPD)**

Depuis la date d'application de la RGPD du 25/05/2018, l'Office de Tourisme s'engage chaque année à poursuivre les actions visant au respect de la Protection des Données pour tous les fichiers et data gérées par l'OTPM et un Délégué à la Protection des Données (DPO) a été nommé à cet effet.

### **REGLEMENT GENERAL DE PROTECTION DES DONNEES : UTILISATION DES DONNEES DE LA PLATEFORME METROPOLITAINE DE COLLECTE DE LA TAXE DE SEJOUR PAR DES AGENTS DE L'OFFICE DE TOURISME METROPOLITAIN TOULON PROVENCE MEDITERRANEE.**

Dans le cadre de la gestion de la collecte de la taxe de séjour par la Métropole TPM et de la mise à jour des informations qui s'y rattachent, des salariés de l'Office de Tourisme Métropolitain Toulon Provence Méditerranée ont accès à la plateforme de collecte « Taxedeséjour.fr » et à sa base de données. Afin de se mettre en conformité avec le Règlement Général de Protection des Données, la Métropole TPM a autorisé les salariés de l'OMTPM à interroger les informations contenues dans la base de données.

La Métropole a autorisé également les salariés de l'OMTPM à effectuer des extractions à partir de la base de données afin de réaliser des documents d'information non commerciaux à l'attention du grand public sous réserve :

- d'obtenir avant toute publication l'accord préalable des propriétaires des hébergements listés dans les documents de promotion,
- de les informer sur leurs droits à rectification ou suppression des informations les concernant (CF loi N°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée)
- que les documents de promotion soient distribués à titre gracieux.

Les salariés de l'OMTPM référents autorisés à utiliser les données de la plateforme de collecte de la taxe de séjour de la Métropole sont : Mr Mathieu JUAN et Mme Marie-Hélène SQUILLANTE.

L'OMTPM devra impérativement informer la Métropole TPM en cas de changement des référents.

L'OMTPM déclare parfaitement connaître et appliquer les obligations fixées par les lois et règlements applicables en matière de protection des données personnelles, notamment le règlement européen 2016/679 du 27 avril 2016 relatif applicable au 25/05/2018 à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (RGPD), et se conformer aux dispositions prévues dans l'annexe RGPD (obligations contractuelles du sous-traitant issues du règlement (UE) 2016/679 du parlement européen et du conseil du 27 avril 2016).

## **ARTICLE 5 : LES ENGAGEMENTS DE LA METROPOLE TPM**

### **5.1 – ENGAGEMENTS FINANCIERS ANNUELS**

La Métropole TPM s'engage à accorder un soutien financier à l'Office de Tourisme Metropolitan correspondant aux besoins nécessaires à l'accomplissement des missions confiées et des objectifs à atteindre, mentionnés à l'article 2 de la présente convention.

Le montant maximum de la contribution financière allouée en 2025 est fixé à 850 000 €.

Le montant total de la compensation financière est versé à la signature de la présente convention. Le versement s'effectue selon les règles de la comptabilité publique. L'ordonnateur de la dépense est le Président de la Métropole. Le comptable assignataire est le comptable public de la Métropole.

### **5.2 - REVERSEMENT DE LA TAXE DE SEJOUR**

Déduction faite des parts départementale et régionale, la taxe de séjour perçue par la Métropole, est intégralement versée à l'OTPM à statut d'EPIC, conformément l'article L.133-7 du code du tourisme.

La taxe de séjour est régulièrement versée à l'OMTPM afin que l'OMTPM puisse organiser sa trésorerie.

### **5.3. LOCAUX ET EQUIPEMENTS :**

Par convention spécifique conclue le 1er mars 2023, reconductible chaque année par tacite reconduction, la Métropole TPM met à disposition de l'Office de Tourisme un bureau et les équipements nécessaires à l'exécution des missions du regisseur principal de la taxe de séjour, moyennant le versement d'une redevance forfaitaire annuelle de 2627 € TTC.

## **ARTICLE 6 : RAPPORT D'ACTIVITE**

Tous les ans, l'OMTPM établit un rapport d'activité, qui est approuvé par l'organe délibérant de l'établissement public de coopération intercommunale.

Ce rapport d'activité annuel est l'occasion de rappeler le rôle et les principes de fonctionnement de l'OMTPM. Il retrace l'année d'activité et le bilan des actions et projets menés.

#### **ARTICLE 7 : ENTREE EN VIGUEUR ET DUREE DE LA CONVENTION**

La présente convention est conclue pour l'année 2025.

#### **ARTICLE 8 : MODIFICATION DE LA CONVENTION**

La présente convention pourra être modifiée à tout moment, d'un commun accord entre les parties par voie d'avenant.

#### **ARTICLE 9 : RESILIATION DE LA CONVENTION**

La convention pourra être résiliée de plein droit à tout moment par l'une des parties en cas d'inexécution totale ou partielle par l'autre partie de ses obligations contractuelles, si dans les trente jours suivant l'envoi d'une notification écrite mettant en demeure la partie défaillante de remédier à ce manquement, celle-ci n'y a pas remédié.

Fait à Toulon, le

Pour la Métropole TPM  
Le Président

Pour l'Office de Tourisme Provence Méditerranée  
Le Président

Monsieur Jean-Pierre GIRAN

Monsieur Laurent JEROME

