

**BUREAU METROPOLITAIN DU
LUNDI 6 MAI 2024**

| NOMBRE D'ELUS METROPOLITAINS EN EXERCICE : 16 | | |
|--|-------------|---------|
| QUORUM : 9 | | |
| PRESENTS | REPRESENTES | ABSENTS |
| 15 | 0 | 1 |
| OBJET DE LA DECISION | | |
| N° 24/284 | | |
| CONVENTION D'OBJECTIFS ENTRE LA METROPOLE TOULON PROVENCE MEDITERRANEE ET L'OFFICE DE TOURISME METROPOLITAIN PROVENCE MEDITERRANEE - ANNEE 2024 - AUTORISATION DE SIGNATURE | | |

Le Bureau Métropolitain de la Métropole TOULON PROVENCE MEDITERRANEE régulièrement convoqué, a été assemblé sous la présidence de Monsieur Robert CAVANNA.

PRESENTS :

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

ABSENT :

M. Jean-Pierre GIRAN.

DÉCISION MÉTROPOLITAINE

N° 24/284

BUREAU DU 6 MAI 2024

**O B J E T : CONVENTION D'OBJECTIFS ENTRE LA METROPOLE
TOULON PROVENCE MEDITERRANEE ET L'OFFICE
DE TOURISME METROPOLITAIN PROVENCE
MEDITERRANEE - ANNEE 2024 - 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 R133-1 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°16/09/98 du Conseil Communautaire de la Communauté d'Agglomération Toulon Provence Méditerranée du 20 septembre 2016 approuvant le principe de la création d'un Office de Tourisme Intercommunal et les modalités d'organisation dudit Office,

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°24/02/04 du CODIR de l'OTMPM du 20 février 2024 portant adoption de la convention d'objectifs 2024 entre la Métropole TPM et l'Office de Tourisme Métropolitain Provence Méditerranée,

VU l'avis favorable de la Commission Attractivité Economique et Développement Numérique du 04/04/2024,

VU la convention d'objectifs 2024 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 de Tourisme Métropolitain 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 de Tourisme Métropolitain Provence Méditerranée,
- Les moyens matériels et financiers nécessaires à la mise en œuvre de ladite convention,

Et après en avoir délibéré,

D E C I D E

ARTICLE 1

D'APPROUVER les termes de la convention d'objectifs 2024.

ARTICLE 2

D'AUTORISER Monsieur le Président de la Métropole TPM à signer la convention d'objectifs 2024 entre la Métropole Toulon Provence Méditerranée et l'Office de Tourisme Métropolitain Provence Méditerranée.

ARTICLE 3

DE DIRE que cette décision est sans incidence financière.

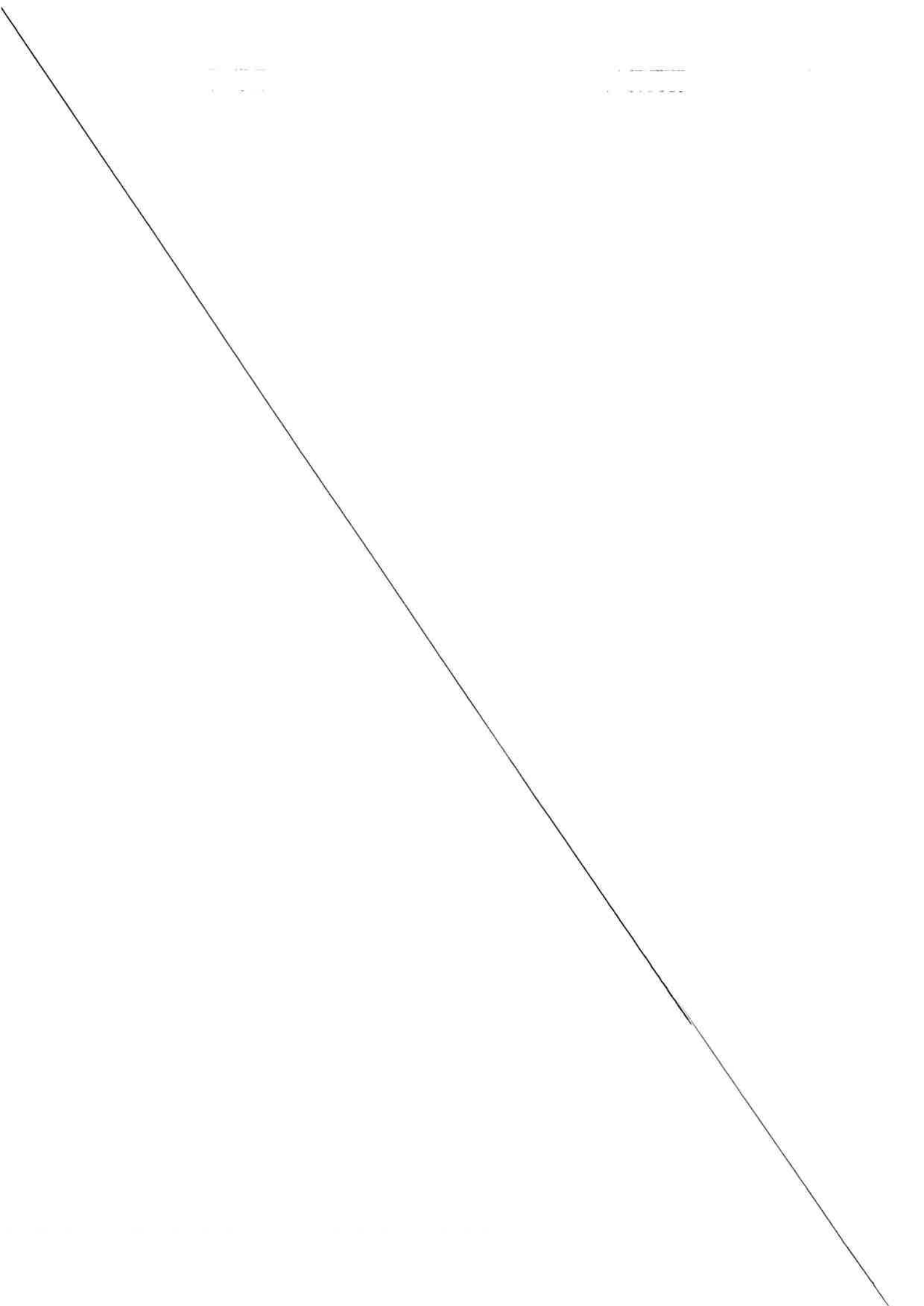
Ainsi fait et délibéré les jours, ou mois et ans que dessus.
Pour extrait certifié conforme au registre.

Fait à Toulon, le 6 mai 2024

Robert CAVANNA

Pour le Président empêché
Vice-Président de la Métropole
Toulon Provence Méditerranée

| | |
|------------|----|
| POUR | 15 |
| CONTRE | 0 |
| ABSTENTION | 0 |



Convention d'objectifs entre la Métropole Toulon Provence Méditerranée et l'Office de Tourisme Provence Méditerranée pour l'année 2024

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 N° .../.../... du

Ci-après « la MTPM »

D'une part,

Et :

L'Office de Tourisme Métropolitain Provence Méditerranée, Etablissement Public à Caractère Industriel et Commercial (EPIC), dont le siège social est situé 107 Boulevard Henri Fabre Raspail, 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^{er} 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, est le produit de la taxe de séjour.

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'OTMPM se portera plus spécifiquement sur les volets de la stratégie métropolitaine pour lesquels l'OTMPM 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'OTPM 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'OTMPM 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'OTMPM 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">- Nuitées globales- Nuitées par type d'hébergement- Flux globaux- Répartition de la fréquentation sur l'année | <ul style="list-style-type: none">- Provenance des visiteurs- CSP- Motivation |

OBJECTIFS

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.

Le plan d'action 2024 visera à :

- Elaborer des offres de prestations touristiques adaptées en fonction des saisons et des périodes de faibles activité identifiées avec les professionnels.
- Mettre en place un outil de réservation des activités proposées par les professionnels afin d'en faciliter l'identification et l'achat.
- Elaborer un plan de promotion de la destination et des offres favorisant les périodes hors été.
- Relayer les offres de nos prestataires au travers de nos boutiques.
- Mettre en place un City pass valorisant le tourisme culturel et urbain particulièrement attractif en automne et en hiver.
- Affiner la faisabilité d'étendre l'intervention de l'OTMPM sur le volet des séminaires sur l'ensemble du territoire.

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.

Le plan d'action 2024 visera à :

- Renforcer la diffusion des flux touristiques depuis le littoral vers l'intérieur du territoire en travaillant les filières œnotourisme et gastronomie, vélo et randonnée.
- Engager l'OTMPM dans une démarche formalisée de management RSE.

- Développer des actions de sensibilisation et d'accompagnement des professionnels liées au volet RSE.
- Impliquer les habitants dans le cadre du travail sur le projet d'accueil territorial.

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.

Le plan d'action 2024 visera à :

- Disposer de supports de communication communs, uniformes et portant une identité singulière à l'échelle de la Métropole (site internet unique, gamme d'éditions et de supports digitaux uniformisés).
- Mettre en place d'un plan de communication portant l'image et la notoriété du territoire auprès des cibles de clientèles prioritaires.
- Proposer des offres touristiques déclinant l'identité du territoire.

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.

Le plan d'action 2024 visera à :

- Mise en place d'un schéma d'accueil et de diffusion de l'information territorialisé.
- Implication des professionnels dans l'accueil touristique territorial.
- Organiser une dynamique participative avec les conseillers en séjours à l'échelle de la Métropole, permettant de relayer et de faire vivre la singularité de l'hospitalité provençale.
- Adapter la démarche qualité à l'échelle de la structure à la nouvelle organisation transversale de façon à répondre à la certification qualité tourisme.

AXES STRATEGIQUES 2024 de l'OTMPM

- Construire avec les professionnels une communication portant la singularité de notre territoire autour de ses paysages et de son patrimoine culturel.
- Mettre en place un réseau d'acteurs professionnels, relais de l'image et de l'accueil afin de démultiplier l'efficacité des actions
- Adapter nos supports de communication et d'accueil afin de porter notre identité
- Consolider les offres identitaires du territoire en développant nos filières d'activité et en proposant des offres concrètes
- Orienter la promotion sur le volet permettant de développer l'activité sur les périodes à faible taux d'occupation

- Structurer et promouvoir un tourisme urbain et culturel
- Mettre en place une stratégie d'accueil territorial valorisant les différents points de contact des visiteurs

Chaque entité de l'OTMPM 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

Associer les professionnels et acteurs liés au tourisme dans la construction d'une identité singulière permettant d'accroître et d'améliorer l'image du territoire, en capitalisant à la fois sur les éléments communs et les particularités de chaque secteur dans une logique de complémentarité.

Partager cette identité et permettre à chacun d'en être porteur afin de bénéficier de la puissance du réseau des acteurs pour la porter en externe et la valoriser en interne dans une logique d'ambassadeurs.

OBJECTIFS 2024

- Les compétences au sein de l'équipe sont organisées et permettent de mettre en œuvre le plan d'action à venir.
- Le nouveau site internet sera en ligne au printemps.
- Le travail collectif avec les professionnels, élus et l'équipe permet de porter une identité forte et partagée du territoire.
- Une nouvelle politique d'édition et des réseaux sociaux est en place.
- Le plan de communication 2024 initie la diffusion de l'identité singulière du territoire et capitalise sur le volet « prestations professionnelles commercialisées »
- Le plan d'action 2025 de lancement de la nouvelle identité est finalisé.

| Indicateurs quantitatifs | Indicateurs qualitatifs |
|--|---|
| Editions <ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'éditions - Nombre d'exemplaires - Nombre de téléchargements en numérique Presse <ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'articles de presse - Contre-partie publicitaire - Nombre d'opérations presse - Nombre d'accueil-presse Réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'abonnés aux différents comptes | Editions <ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'éditions non-utilisées - Retour d'expérience satisfaction des utilisateurs et des clients Presse <ul style="list-style-type: none"> - Analyse du contenu des articles parus Réseaux sociaux <ul style="list-style-type: none"> - Suivi de l'e-réputation - Avis google / trip-advisor Web <ul style="list-style-type: none"> - Top 10 des pages vues |

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'articles publiés - Engagement Web <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de visiteurs uniques - Nombre de pages vues Médiathèque <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de nouvelles photos référencées - Nombre de nouvelles vidéos référencées Campagnes de communication <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de personnes touchées - Zones géographiques Salons <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de salons - Nombre de contacts qualifiés - Nombre de brochure utilisées | |
|---|--|

DIRECTION DE LA COMMERCIALISATION ET DU MARKETING

STRATEGIE

Proposer aux professionnels un outils adapté et développé à l'échelle de l'ensemble du territoire afin de développer la visibilité de leurs offres.

Co-produire avec les professionnels des offres de séjours relayant l'identité du territoire et permettant de répondre aux objectifs de développer un tourisme tout au long de l'année.

OBJECTIFS 2024

- L'organisation permettant le développement du nouveau dispositif de commercialisation en ligne à l'échelle du territoire est fonctionnelle.
- La nouvelle stratégie boutiques portant la nouvelle identité, la valorisation de nos professionnels et l'approche durable est validée.
- Une gamme d'offres porte notre identité et correspond aux attentes de nos visiteurs cibles.
- Le City pass 2.0 est opérationnel.
- La faisabilité de la mise en place d'une politique structurée autour des séminaires et Tour-Opérateurs est posée

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

DIRECTION DES FILIERES

STRATEGIE

Accompagner les secteurs d'activités prioritaires dans la structuration de l'offre en s'appuyant sur les professionnels et acteurs concernés, en organisant les offres et les supports pour en favoriser l'accès et engager les actions de promotion adaptées.

OBJECTIFS 2024

- La filière œnotourisme se renforce avec de nouvelles activités.
- Une stratégie et un plan d'actions est en place sur le volet gastronomie, nautisme et vélo suite à la phase d'analyse des besoins.
- L'accessibilité est portée de façon transversale aux différents secteurs d'activité.
- Des propositions d'orientations 2025 sont posées pour la filière randonnée.

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

DIRECTION DES RELATIONS AVEC LES PROFESSIONNELS

STRATEGIE

Mettre en place des relations fréquentes, régulière et organisées avec les professionnels du territoire afin de répondre à leurs besoins en mettant en place une logique de co-production et d'évaluation des actions engagées.

OBJECTIFS 2024

- Les attentes et besoins des professionnels sont identifiées.
- Un programme annuel d'actions est proposé aux professionnels.
- Un plan de rencontre annuel assure une écoute active et une communication auprès des professionnels.
- Les professionnels disposent d'un accompagnement structuré sur les démarches qualité (labels, classement, RSE, ...).

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

DIRECTION DES ACCUEILS

STRATEGIE

Mettre en place un dispositif d'accueil territorial permettant au visiteur de se sentir accueilli en disposant notamment des informations essentielles, sur les principaux points de premier contact avec le territoire. Pour se faire, seront fortement impliqués dans la construction de ce travail les professionnels du territoire, ainsi que les gestionnaires d'espaces d'accueil des transports (gares, aéroports...).

Être en mesure de relayer de façon homogène un accueil portant l'identité et les valeurs du territoire, dans les bureaux d'information de l'Office de Tourisme mais aussi chez les professionnels et acteurs.

OBJECTIFS 2024

- L'ensemble de l'équipe accueil est impliquée dans la construction de notre nouvelle dynamique territoriale.
- Le point d'accueil Seyne Centre est ouvert début avril.
- Une stratégie et un plan d'actions permettent de répondre aux enjeux d'accueil des visiteurs sur les différents points d'entrée du territoire (hébergements, lieux d'activités, gares...).
- Le Système d'information touristique Apidae est piloté à l'échelle du territoire afin de répondre aux besoins des différentes activités, internes et externes.

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

DIRECTIONS DES FONCTIONS SUPPORTS

STRATEGIE

Mettre en place un pilotage transversale des différentes activités liées aux fonctions supports afin 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 2024

- Le nouveau dispositif de pilotage de la commande publique est en place et connu de tous
- La Direction des fonctions support est organisée afin de répondre au nouveau projet de territoire : budget, régies...

- L'OTMPM dispose d'un outil informatique collaboratif commun facilitant les échanges et le partage à distance.
- La certification qualité Tourisme est renouvelée en mars.
- Une démarche de progrès RSE est engagée au deuxième semestre.

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

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 équipes de la 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 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 Evénements 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 »

La marque « Qualité Tourisme » a été attribuée à l'Office Intercommunal de Tourisme Provence Méditerranée le 08 avril 2019 et ce pour une durée de 5 ans jusqu'au 07 avril 2024. L'Office Métropolitain de Tourisme Provence Méditerranée, en lien avec sa collectivité de tutelle TPM, s'engage à tout mettre en œuvre et à mobiliser les moyens nécessaires afin de maintenir et de développer le niveau d'excellence de ses services contribuant au maintien du processus Qualité et de son Classement en catégorie I, dans un cycle 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 (régisseur de la Taxe de séjour).

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

REVERSEMENT DE LA TAXE DE SEJOUR

Selon les dispositions de l'article L.133-7 du code du tourisme, le reversement de l'intégralité de la taxe de séjour métropolitaine perçue par la Métropole TPM, hors part départementale et régionale, est reversée à l'OMTPM à statut d'EPIC. Il a été convenu d'un versement trimestriel à l'OMTPM.

ARTICLE 6 : ENTREE EN VIGUEUR ET DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est conclue pour l'année 2024.

ARTICLE 7 : 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 8 : RESILATION 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 en 2 exemplaires, le

Pour l'OTMPM
Le Président

Pour la Métropole TPM
Le Président

Laurent JEROME

Jean-Pierre GIRAN