



CONVENTION D'OBJECTIFS PORTANT SUR L'ANNEE 2024 ENTRE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DE MARIE-GALANTE ET L'OFFICE DE TOURISME DE MARIE-GALANTE

ENTRE LES SOUSSIGNES

La **Communauté de Communes de Marie-Galante**,
dénommée ci-après « la **Communauté de Communes** » et représentée par sa Présidente en
exercice,

D'une part

Et

L'**Office de Tourisme de Marie-Galante**,
dénommé ci-après « l'**Office de Tourisme** » et représenté par sa Présidente en exercice,

D'autre part

PREAMBULE

La **Communauté de Communes** dispose de la compétence « *Promotion du tourisme dont la création d'un office de tourisme* » tel qu'indiqué dans ses statuts à l'article 5.1-1 de ses compétences obligatoires.

Pour l'exercice de cette dernière, un Office de Tourisme Intercommunal sous la forme associative a été créé et lui a été confié les missions d'accueil, d'information et de promotion du territoire.

Ces dispositions sont conformes :

- A la loi n°2004-809 du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales
- A la loi n° 2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (MAPTAM)
- A la loi du 7 août 2015 portant Nouvelle Organisation Territoriale de la République dite loi « Notre », imposant aux EPCI au titre de leurs compétences obligatoires, la compétence « Développement économique-Promotion du Tourisme dont la création d'Office de Tourisme »

- Au **Code Général des Collectivités Territoriales** et notamment à son article L5214-16 précisant l'étendue des compétences transférées par les communes aux communautés de communes

Les missions de l'**Office de Tourisme** sont régies par l'article L133-3 du Code du Tourisme lequel expose entre autres que :

« L'office de tourisme assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune ou du groupement de communes, en coordination avec le comité départemental et le comité régional du tourisme.

Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local.

Il peut être chargé, (...), de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles.

L'office de tourisme peut commercialiser des prestations de services touristiques dans les conditions prévues au chapitre unique du titre Ier du livre II.

Il peut être consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques.

L'office de tourisme soumet son rapport financier annuel au conseil communautaire. »

Les missions et objectifs confiés par la Communauté de Communes à l'Office de Tourisme sont définis dans la présente convention d'objectifs tri-annuelle qui précisent les moyens attribués et les obligations réciproques.

Article I : Missions et objectifs confiés par la Communauté de Communes à l'Office de Tourisme

1-1 Mise en œuvre de la politique touristique locale

La **Communauté de Communes** confie à l'**Office de Tourisme** la mise en œuvre de la politique touristique locale élaborée conjointement avec la **Communauté de Communes**.

Cette politique touristique pourra être déclinée et développée par l'**Office du Tourisme** par toute initiative adéquate y compris l'élaboration de nouveaux produits et services touristiques.

1-2 Missions

L'**Office de Tourisme** est chargé, par la **Communauté de Communes** de :

- Elaborer conjointement avec la CCMG la politique touristique locale
- Coordonner l'action touristique locale
- Elaborer et mettre en œuvre une politique d'accueil sur l'ensemble du territoire

- Développer et coordonner des animations touristiques et de loisirs en lien avec le tourisme d'affaires, de groupe ou de loisirs, et de développement économique
- Organiser et structurer l'offre touristique locale
- Mettre en place un observatoire local du tourisme en partenariat avec la CCMG
- Collecter la taxe de séjour et accompagner par des mesures pédagogiques et de communication au prélèvement de cette taxe auprès des contribuables
- Animer les espaces mis à sa disposition, de manière permanente (le siège de l'Office de Tourisme) ou ponctuelle (hall de la CCMG, gares maritimes, esplanades portuaires ...)

Ces missions sont déclinées telles que ci-après :

▪ **Les missions d'accueil et d'information**

❖ **Définir une politique d'accueil applicable sur l'ensemble du territoire**

L'accueil des visiteurs se fera essentiellement au siège de l'Office de Tourisme mais il doit être effectif sur les 3 communes de **Grand-Bourg**, **Capesterre de Marie-Galante** et **St Louis** afin qu'elles bénéficient du rayonnement de l'Office de Tourisme et de son action lorsque nécessaire. La présence de l'Office de Tourisme doit être visible sur tous les événements marquant de Marie-Galante, en adaptant l'intervention et le niveau d'accueil selon le type d'évènement. Les espaces stratégiques comme la gare maritime de Grand-Bourg et celle de St Louis, et les plages de Capesterre sont aussi des espaces à investir ponctuellement pour réaliser cette mission.

L'office de tourisme devra adapter ses horaires pour tenir compte des périodes de haute saison (décembre à avril) et la période dite estivale (juillet/août) afin d'assurer une plus grande amplitude horaires aux visiteurs, incluant le week-end et les jours fériés ou une partie de ceux-ci.

✓ **Evaluation :**

1/ *Nombre de visiteurs accueilli tout au long de l'année dans les murs et hors les murs de l'Office de Tourisme (visites comptoirs, appels téléphoniques, messages Internet et réseaux...)*

2/ *Nombre d'évènement auxquels l'Office de Tourisme participe sur Marie-Galante et hors Marie-Galante*

3/ *Indications sur les catégories de demandes, le profil des demandeurs (âges, compositions familiales, CSP...), les origines géographiques*

❖ **Assurer l'accueil et l'information des visiteurs dans les meilleures conditions**

La qualité de l'accueil des visiteurs doit être mise en avant. L'information à leur communiquer doit porter autant sur les services et prestations touristiques que sur les informations utiles et nécessaires à tout visiteur arrivant sur l'île (santé, sécurité, adresses et contacts des services publics, traditions locales, transports etc...).

Le personnel doit être formé à l'accueil des visiteurs. Il doit maîtriser le créole, l'anglais, et avoir des notions en espagnol et italien. Il doit connaître parfaitement les activités et sites conseillés aux visiteurs.

Les locaux d'accueil doivent être propres, accessibles à tous, et doivent proposer des visuels statiques et dynamiques utiles aux visiteurs.

Un service permanent de réponses aux courriers et aux appels téléphoniques, courriels et autres messages devra être assuré ceci quelle que soit la provenance de la demande : touristes, visiteurs, plaisanciers, professionnels...

✓ **Evaluation :**

1/ Niveau de satisfaction des actions d'accueil et d'information des visiteurs par des enquêtes de satisfaction réalisées en plusieurs temps de l'année auprès des hébergeurs, des restaurateurs, des visiteurs ... et par l'analyse des réclamations reçues

2/ Nombre de formations et leurs spécialités suivies par le personnel d'accueil de l'Office de Tourisme

3/ Nombre de visites de terrains organisées par l'Office de Tourisme pour ses équipes, ses adhérents et autres partenaires (Eductour, voyage de presse, ...)

❖ **Concevoir et réaliser des supports et outils d'informations sur l'offre touristique afin de promouvoir la destination Marie-Galante et mieux informer les visiteurs**

L'Office de Tourisme doit concevoir des supports et outils d'informations variés, adaptés aux différents publics, et rédigés en plusieurs langues :

- Site Internet
- Réseaux sociaux
- Supports papiers et digitaux
- Vidéos ...

Les informations doivent être actualisées régulièrement pour être justes et précises tout au long de l'année.

Les supports doivent innover et ne pas omettre les points stratégiques de Marie-Galante (sites, évènements, traditions, activités ...).

Ils doivent respecter une charte graphique conçue pour répondre aux orientations touristiques définies par les partenaires.

✓ **Evaluation :**

1/ Nombre et types de supports diffusés

2/ Nombre d'actualisation et nombre d'informations inexactes diffusées sur les supports

3/ Mesure des cibles visées et atteintes par les différents supports

4/ Mesure des données de fréquentation du site internet, des contacts via les réseaux et lors des évènements

▪ **La promotion**

❖ **Définir de concert avec la Communauté de Communes la politique de marketing et de communication touristique**

Des objectifs précis et conformes aux orientations touristiques fixées par la Communauté de Communes devront être proposés par l'Office de Tourisme pour élaborer les axes du marketing territoriale et de la communication touristique à destination des cibles retenues.

Ces axes devront s'appuyer sur la marque « *Marie-Galante Si Vraie !* » dans laquelle l'Office de Tourisme sera pleinement impliqué.

Un accent particulier devra être porté sur l'accueil des plaisanciers.

✓ **Evaluation :**

- 1/ *Mesure de la conformité de la politique marketing et de communication touristique avec les orientations touristiques fixées par la Communauté de Communes.*
- 2/ *Nombre de membres de l'Office de Tourisme labélisés « Marie-Galante Si Vraie ! »*
- 3/ *Stratégie et supports créés et diffusés pour les plaisanciers*

❖ **Renforcer l'identité et l'image de la destination Marie-Galante en liaison avec le Comité de Tourisme des Îles de Guadeloupe et la Communauté de Communes**

La destination « *Marie-Galante* » doit être plus visible dans les actions de promotion menées par le **Comité de Tourisme des Îles de Guadeloupe**. Un travail partenarial doit être véritablement engagé pour mutualiser les actions et valoriser le territoire conformément aux politiques engagées localement. La présence des représentants de Marie-Galante au sein du CTIG doit être identifiée et doit se traduire par une implication active. La présence du CTIG sur Marie-Galante doit tout autant être plus marquante et visible. Leur accompagnement sur les événements d'envergure doit être à la hauteur de chaque événement et des attentes en matière de retombées promotionnelles de l'île.

✓ **Evaluation :**

- 1/ *Nombre d'article et de références à Marie-Galante sur les supports du CTIG.*
- 2/ *Nombre de visiteurs ayant choisi la destination Marie-Galante grâce aux actions de communication et de promotion du CTIG*
- 3/ *Éléments didactiques du territoire présents dans la communication du CTIG (évolution du produit et de la destination Marie-Galante)*

❖ **Commercialiser des supports de promotion et de communication destinés à la vente ou au don via une boutique interne**

L'Office de Tourisme peut concevoir et vendre des supports de promotion et de communication. Ils devront refléter l'image de Marie-Galante et intégrer une démarche « développement durable » au travers de leur conception et de leur utilité. Ces supports doivent permettre de dégager un bénéfice, même modeste.

Des dons pourront être envisagés lors d'événements sur et hors le territoire si cette action répond à une stratégie entrant dans le champ d'action de l'Office de Tourisme.

✓ **Evaluation :**

- 1/ *Quantité de supports vendus et bilan comptable de l'action*
- 2/ *Quantité de supports remis gracieusement, en justifiant les cibles et les objectifs de l'action*

❖ Renforcer les actions de promotion auprès des marchés de proximité

Les actions de promotion à destination des visiteurs en provenance des Antilles seront favorisées pour encourager la venue de publics sur des séjours courts (3 à 5 jours) et des séjours longs. Des produits appropriés devront être élaborés pour favoriser la découverte des atouts de Marie-Galante, favoriser les retours familiaux pendant les périodes de vacances scolaires et les longs week-ends. L'objectif à viser est que chaque Guadeloupéen vienne séjourner au moins une fois tous les 2 ans à Marie-Galante et que les publics en provenance de La Dominique, de Martinique, de St Martin et de St Barthélémy soient plus nombreux chaque année (+10%/an).

Un travail partenarial devra être engagé avec les compagnies maritimes pour concevoir des produits d'appel, coordonner des actions de promotions, organiser les conditions d'accueil et l'adaptation si besoin des horaires de départs et d'arrivée des compagnies dans les ports de Marie-Galante ainsi que toute action favorisant la venue des visiteurs.

✓ **Evaluation :**

- 1/ *Mesure de l'évolution du nombre de visiteurs et part des visiteurs en fonction de leur provenance*
- 2/ *Actions de promotion de la destination Marie-Galante dans les Antilles*
- 3/ *Mesure de la perception de la destination « Marie-Galante » par les Antillais*
- 4/ *Nombre de partenariats créés avec les territoires cibles*

▪ **L'animation touristique**

❖ **Concevoir et réaliser des animations à destination de la population locale et des touristes**

L'Office de Tourisme organisera des actions de loisirs et de valorisation du territoire (visites guidées, expositions, randonnées pédestres ou cyclistes, activités nautique, salons, marchés ...) et toute animation événementielle ou action visant à développer les différentes formes de tourisme. Il s'associera aux événements culturels, sportifs, traditionnels, économiques, culturels, patrimonial ... portés par le monde associatif et les collectivités pour mettre en avant la destination « **Marie-Galante** » et valoriser les produits et services locaux. Peuvent-être ciblées les formes de tourisme suivantes :

- **Familiale** : en proposant des animations pour tous les âges
- **Retour au pays** : en créant un lien fort avec les Marie-Galantais(e) expatriés pour favoriser leur retour régulier au pays
- **Loisirs et activités sportives** : en faisant de Marie-Galante une terre sportive pour la pratique de nombreuses activités de plein air (kitesurf, natation, trail, vélo route et tout-terrain, course et marche à pied, pêche, sports de plage...)
- **Artisanal et économique** : en mettant en avant le savoir-faire local (cuisine, agri transformation, filière canne/sucre/rhum, restauration, ...)
- **Culturel et patrimonial** : en contribuant aux événements marquant de Marie-Galante sur les différentes saisons (Chanté Noël, Carnaval, Festival terre de Blues, concerts, fêtes patronales...) et en mettant en avant le patrimoine humain (écrivains, musiciens, artistes...), naturel (espaces protégés, sites et points de vue, littoral, sentiers de découvertes...)

monumental (moulins, usines, habitat...) et historique (histoire de l'esclavage, de l'exploitation de la canne à sucre ...)

- **Plaisance** : en accompagnant le développement de la plaisance et des services à destination des plaisanciers

✓ **Evaluation :**

1/ *Nombre d'animations organisées par l'Office de Tourisme et mesure qualitative et quantitative des participants*

2/ *Moyens financiers et humains accordés à ces actions*

❖ **Assurer la maîtrise d'ouvrage du Festival Terre de Blues de Marie-Galante**

Le **Festival Terre de Blues de Marie-Galante** est l'évènement de l'année qui contribue au rayonnement de l'île. Qualifié de plus grand festival des Antilles grâce à son histoire et à ses programmations de qualité, il joue un rôle essentiel pour le rayonnement de Marie-Galante dans les Antilles, pour les retombées qu'il procure localement, pour l'attachement des Marie-Galantais(e)s à cet évènement.

L'**Office de Tourisme** en assure la complète organisation, en respectant les procédures réglementaires inhérentes : sécurité, finances, marchés publics, occupation des espaces publics, environnement et propreté...

La **Communauté de Communes** établit chaque année une convention garantissant le soutien des collectivités de Marie-Galante par leurs contributions financières, techniques, logistiques, administratives.

L'**Office de Tourisme** est le garant de l'équilibre financier du Festival pour lequel il doit rechercher les partenaires les plus en adéquation avec le niveau requis. Un budget prévisionnel devra être établi et présenté à la Communauté de Communes pour validation 3 mois avant le début du festival. Un bilan financier et moral sera dressé dans les 6 mois suivant la manifestation.

L'**Office de Tourisme** doit s'entourer des professionnels selon les postes et fonctions nécessaires à la bonne marche de l'évènement.

Il doit mettre en œuvre toutes les actions favorisant les retombées économiques pour l'île notamment par la maîtrise des animations « Off » et le respect des contractualisations.

✓ **Evaluation :**

1/ *Equilibre financier et retombées économiques du festival*

2/ *Mesure quantitative et qualitative des visiteurs*

3/ *Retour des visiteurs sur Marie-Galante pour un nouveau séjour*

❖ **Créer un évènement marquant valorisant la filière Canne/Rhum/Sucre dans les conditions définies par la Communauté de Communes.**

La filière « **canne/rhum/sucre** » représente l'activité qui entretient l'image authentique de Marie-Galante en façonnant les paysages, en forgeant le caractère de ses femmes et de ses hommes, en

faisant perdurer des savoir-faire ancestraux au rayonnement international. Elle est aussi le poumon économique de l'île.

En associant les acteurs de la filière, en mesurant la dimension pertinente d'un événement porteur et impactant, l'**Office de Tourisme** devra concevoir un événement qui saura mettre en avant sous des regards historiques, contemporains et modernes la filière et ses débouchés. Il devra s'inscrire dans le calendrier événementiel de l'île sur une période la plus propice, et dans le calendrier international lié à la filière pour favoriser son attractivité auprès des acteurs majeurs.

Cet événement devra réunir les professionnels du sucre, les distilleries à rhum, les professionnels de la restauration, les exploitants et le monde agricole.

Il pourra être annuel ou biennal, il devra rayonner sur les 3 communes, son équilibre budgétaire devra être atteint et les retombées sur l'île devront être mesurables et impactantes.

✓ **Evaluation :**

1/ *Equilibre financier et retombées économiques de l'évènement*

2/ *Mesure quantitative et qualitative des visiteurs*

3/ *Retour des visiteurs sur Marie-Galante pour un nouveau séjour*

▪ **La coordination et la structuration de l'offre touristique locale**

❖ **Assurer la promotion conjointe des diverses richesses patrimoniales, culturelles, touristiques, événementielles de la destination,**

Les supports de communication, les animations et les conseils aux visiteurs devront porter sur les richesses patrimoniales, culturelles, touristiques et événementielles de Marie-Galante.

Un recensement exhaustif de ces richesses devra être établi et selon leur intérêt et les cibles potentielles, elles devront être valorisées auprès des visiteurs.

Le personnel de l'**Office de Tourisme** devra connaître parfaitement chaque richesse identifiée pour en assurer une juste et motivante transcription.

Les propriétaires devront être associés et leur accord devra être obtenu pour qu'ils puissent être intégrés dans les actions de l'**Office de Tourisme**.

✓ **Evaluation :**

1/ *Listing des richesses locales et leur évaluation qualitative (public cible, capacités d'accueil, rayonnement...)*

2/ *Nombre de visiteurs par sites et satisfaction*

❖ **Fédérer les prestataires et les impliquer dans la valorisation de la destination.**

Les premiers acteurs de la promotion de Marie-Galante doivent être les habitants et les professionnels du tourisme.

L'adhésion des acteurs du tourisme à l'**Office de Tourisme** doit être une évidence pour tous les professionnels et leur implication et leur investissement doit favoriser l'action de l'établissement pour l'ensemble de ses missions. La **Communauté de Communes** doit être aussi perçue comme le partenaire privilégié des politiques touristiques à déployer.

✓ **Evaluation :**

- 1/ Nombre d'adhérent à l'Office de Tourisme et part de ces adhérents sur le nombre de professionnels
- 2/ Satisfaction des adhérents dans les actions de l'Office de Tourisme (enquête annuelle)

❖ **Mobiliser et animer le réseau des professionnels dans la mise en œuvre d'une démarche qualité et de la marque « Marie-Galante Si Vraie ! »**

La qualité de l'accueil, des prestations et des équipements touristiques est le gage de la fidélisation de la clientèle et de la durée de leur séjour.

L'Office de Tourisme devra enclencher des opérations de démarche qualité pour moderniser chaque domaine. Concernant les hébergements et leur classement, un objectif de 10%/an de montée en gamme sur la totalité des hébergements de Marie-Galante est fixé.

L'appui de la marque « Marie-Galante Si Vraie ! » permettra de cibler les opérateurs, services, prestations et productions authentiques et conformes aux exigences du cahier des charges.

✓ **Evaluation :**

- 1/ Nombre d'hébergements qui montent en gamme chaque année
- 2/ Nombre de prestataire du tourisme éligible à la marque « Marie-Galante Si Vraie ! »
- 3/ Nombre de supports de communication et/ou d'événements où la marque est diffusée

❖ **Impliquer les collectivités pour plus de cohérence dans les actions à mettre en œuvre**

L'attractivité de Marie-Galante repose sur ses paysages, son littoral, son patrimoine. La propreté des espaces publics et la qualité des équipements doivent être l'affaire de tous. Ainsi, l'état des voiries, des sentiers de randonnées, du littoral, des sanitaires publics, des espaces publics stratégiques (gare et esplanades portuaires, places, rues, marchés, ...) doivent être améliorés pour ne pas souffrir de l'image dégradée et dévalorisante actuelle. Des actions conjointes, portées par les élus, les services des collectivités, les professionnelles du tourisme, les associations... sur initiative de l'Office de Tourisme doivent être engagées pour agir sur les points d'amélioration.

La qualité de l'accueil se traduit aussi par les actions et les attitudes de tous les acteurs du territoire, en contact de près ou de loin avec les visiteurs. La formation des agents des services publics aux renseignements du visiteurs et à son aiguillage vers le bon interlocuteur doit être encouragée.

Une attention toute particulière devra être portée sur la gare maritime de Grand-Bourg, porte d'entrée et de sortie du territoire. Cet espace doit être aménagé et animé pour favoriser les meilleures conditions d'accueil des visiteurs. L'Office de Tourisme devra définir les actions de promotion de Marie-Galante dans cet espace, par des moyens matériels et/ou humains à déployer. Le temps de la traversée dans les bateaux des compagnies maritimes doit également devenir un moment de mise en valeur et de connaissance de Marie-Galante en employant les supports et les actions de communication les plus appropriés : vidéos télévisées, dépliants et brochures, messages audios, animations.

Le développement de la plaisance et des activités autour de la mer (tour de l'île en bateau, plongée, pêche touristique, ...) doit être envisagé et coconstruit avec les collectivités gestionnaires des ports et des espaces marins.

✓ **Evaluation :**

- 1/ *Enquête de satisfaction des visiteurs sur les espaces publics et la propreté de Marie-Galante*
- 2/ *Nombre d'actions collectives engagées pour entretenir les espaces publics*
- 3/ *Opérations, animations et actions conduites dans les gares maritimes et les ports, les navires de passagers et auprès des plaisanciers*

▪ **La création et l'animation d'un observatoire local**

❖ **Mesurer la fréquentation et les niveaux de satisfaction des visiteurs**

L'économie touristique doit être évaluée et mesurée dans toutes ses composantes. L'absence de mesure ne permet pas aujourd'hui de connaître le réel impact du tourisme sur l'économie locale. Des mesures statistiques qualitatives et quantitatives doivent être réalisées et projetées dans un bilan annuel. Cet observatoire permettra d'orienter les politiques, de corriger les actions inefficaces et de cibler des objectifs cohérents visant des retombées clairement définies par tous les acteurs. L'Office de Tourisme, avec l'appui de la Communauté de Communes, réalisera les enquêtes et leurs analyses pour les traduire sur un support et les présenter annuellement auprès des différents partenaires.

✓ **Evaluation :**

- 1/ *Production d'un rapport annuel sur l'économie touristique à Marie-Galante*
- 2/ *Présentation et diffusion des données importantes du rapport annuel*

▪ **Le prélèvement de la taxe de séjour et les actions de pédagogie auprès des professionnels**

❖ **Prélèvement de la taxe de séjours**

La taxe de séjour a été instaurée en 2019 par la CCMG. Sa gestion est assurée jusqu'en septembre 2021 par les services de la CCMG. A compter de cette date ou au plus tôt, l'Office de Tourisme se voit confier le prélèvement de cette taxe en organisant son service et en désignant les régisseurs qui seront proposés pour cette gestion. Les agents en charge de la régie seront formés aux règles de manipulation des fonds publics. Ils devront favoriser auprès des professionnels le règlement en ligne.

✓ **Evaluation :**

- 1/ *Respect des règles de gestion d'une régie*
- 2/ *Bilan financier annuel des recettes de la taxe de séjour*

❖ **Expliquer auprès des professionnels l'intérêt de la taxe de séjours et organiser des contrôles**

Pour que les professionnels du tourisme comprennent l'intérêt de cette taxe et la rigueur avec laquelle ils doivent la prélever, des actions d'information et de pédagogie devront être engagées auprès des préleveurs.

L'Office de Tourisme et la Communauté de Communes se coordonnent pour mener des actions en leur direction afin de favoriser l'acceptation de cette taxe et d'apporter les conseils et accompagnements utiles à son bon prélèvement.

Un retour auprès des acteurs du tourisme doit être effectué annuellement pour justifier de l'emploi des recettes.

✓ **Evaluation :**

1/ Evolution des recettes

2/ Pourcentage de professionnel respectant la réglementation et l'instauration de cette taxe

▪ **Le classement de l'Office du Tourisme**

Les offices de tourisme peuvent se faire classer, dans le cadre d'une démarche volontaire. Le classement constitue un levier puissant pour renforcer leur rôle fédérateur au regard de l'action touristique à développer dans leur zone géographique d'intervention et permet aux collectivités d'accéder à certains avantages : le classement de l'office de tourisme en catégorie II permet aux communes de sa zone de compétence d'obtenir la dénomination de commune touristique et le classement en catégorie I permet d'accéder au classement en station de tourisme qui constitue la reconnaissance d'un accueil d'excellence.

Le classement préfectoral est une démarche volontaire qui contribue à :

- *Renseigner et rassurer les visiteurs sur la variété et le niveau des services qu'ils peuvent attendre de la structure, reconnue par l'Etat.*
- *Accroître la visibilité institutionnelle de l'Office de Tourisme, pour engager une politique d'investissements, de développement ou de maintien des services ; mettre en adéquation les moyens et les ambitions.*
- *Apparaître comme le moteur d'une destination structurée, professionnelle et dynamique, pour donner de la reconnaissance à la mobilisation des acteurs du tourisme et encourager leurs efforts communs.*

Le classement préfectoral des Offices de Tourisme se fait selon des catégories, passées en 2019 de 3 à 2, la catégorie 1 étant la plus haute. Ces catégories reflètent les engagements de service à l'égard des clientèles et l'adéquation de l'organisation de l'Office de Tourisme à ses missions :

- *accueil et information touristique, proposition d'autres services aux clientèles et variété de ceux-ci ;*
- *développement d'une politique de promotion ciblée, déploiement d'une promotion d'envergure nationale ou internationale ;*
- *mise en place d'outils d'écoute et d'amélioration de la qualité des services rendus, certification ou labellisation sur la base d'un référentiel national ou international de la qualité de service.*

Le classement de l'Office de Tourisme est obligatoire pour :

- *Permettre aux communes qui le souhaitent et répondant aux critères de se classer en tant que Commune Touristique. Pour cela l'Office de Tourisme doit être a minima classé en Catégorie 2.*
- *Permettre aux communes qui le souhaitent, déjà classées Communes Touristiques et répondant aux critères, de se classer en tant que Station. Pour cela l'Office de Tourisme doit être classé en catégorie 1.*
- Solliciter la Marque Qualité Tourisme™. Pour cela l'Office de Tourisme doit être classé en Catégorie 2 et l'obtention de cette marque est impérative pour le classement en Catégorie 1.

L'office du tourisme de devra entreprendre toutes les démarches afin de répondre aux critères permettant à la CCMG de solliciter le classement en catégorie I ou II conformément aux critères d prévus par l'arrêté du 16 avril 2019.

Article II – L'engagement de la Communauté de Communes

La **Communauté de Communes** attribuera à l'**Office de Tourisme** les moyens nécessaires à son fonctionnement et à l'accomplissement de ses missions. Ceux-ci peuvent se traduire par des engagements financiers, d'ingénierie et/ou de mise à disposition de locaux et prestations de services.

2-1 L'engagement financier de la Communauté de Communes

La **Communauté de Communes** engage chaque année une subvention de fonctionnement qui sera évolutive et tiendra compte des résultats obtenus par l'**Office de Tourisme** dans les objectifs fixés.

Cette subvention sera versée sous forme de 3 acomptes :

- 100 000 € en mars
- 100 000 € en juin
- 15 000 € en septembre

Des crédits complémentaires sous forme de subventions exceptionnels et de subventions d'investissements pourront être affectés à l'**Office de Tourisme** pour des actions spécifiques ne pouvant être supportées sur ses fonds propres et représentant un intérêt stratégique réel. Ces crédits seront attribués comme toute demande de subvention, sur présentation d'un projet faisant apparaître un budget prévisionnel, les objectifs de l'opération, les moyens nécessaires et recherchés, les résultats attendus. Ce dossier devra être transmis **avant le 15 février** de chaque année pour une subvention sur l'année en cours. Il fera l'objet d'une convention spécifique.

Ces crédits complémentaires peuvent concerner :

- Le **Festival Terre de Blues de Marie-Galante**
- Les animations territoriales confiées par la **Communauté de Communes** à l'**Office de Tourisme** comme le **Rallye des Îles du Soleil** et l'évènement autour de la filière « **canne/sucre/rhum** »
- Des études
- Des acquisitions et des équipements
- Etc

2-2 La mise à disposition de locaux

La **Communauté de Communes** met gracieusement à disposition de l'**Office de Tourisme** les locaux nécessaires à l'établissement de son siège social et de l'accueil des visiteurs.

L'**Office de Tourisme** s'engage à entretenir et gérer ces locaux « *en bon père de famille* » en le tenant propre, en effectuant les petites réparations et l'entretien courant, et en réduisant les consommations de fluides (eau, électricités...).

En cas de dysfonctionnement majeur ou de comportement inapproprié, la mise à disposition sera suspendue, aux frais et charges de l'occupant.

Article III – Obligations de l'Office de Tourisme

3-1 Bilans d'activités

L'**Office de Tourisme** remet chaque année à la **Communauté de Communes**, au plus tard le 30 avril, les éléments suivants :

Pour l'année écoulée :

- Un compte rendu détaillé d'activités,
- Un bilan financier,
- Un compte de résultat,

Pour l'exercice en cours :

- Une présentation des activités prévisionnelles,
- Un budget prévisionnel incluant la demande de subvention pour l'année à venir

Une présentation de ces rapports sera effectuée d'abord en **Commission des Affaires Economiques et Financières**, puis en **Conseil Communautaire**.

3-2 Organisation fonctionnelle de l'Office de Tourisme

L'**Office de Tourisme** se dotera des moyens humains adaptés pour répondre aux objectifs fixés par la présente convention. Ces moyens humains devront être proportionnels aux moyens financiers accordés, sans surévaluer les besoins ni les sous-évaluer en nombre et en compétence.

Le personnel devra être qualifié pour exécuter les tâches. Il devra être formé aux missions qui lui sont confiées et devra s'adapter pour accompagner les évolutions des politiques touristiques définies par la **Communauté de Communes**.

L'Office de Tourisme s'engage à respecter et faire respecter l'ensemble des obligations dévolues à un employeur.

Article IV – Durée de la convention

La présente convention est signée pour une période de **un an au titre de l'exercice 2024**. Elle pourra être amendée à tout moment par avenant pouvant porter sur l'ensemble des points de la convention.

Elle ne pourra être renouvelée tacitement.

Fait à Grand-Bourg, le **28 MARS 2024**

Pour la Communauté de Communes

La Présidente,

Dr Maryse ETZOL



Pour l'Office de Tourisme

La Présidente,

Joséline GELABALE

OFFICE DU TOURISME DE MARIE-GALANTE

Rue Pierre LEROY

97112 GRAND-BOURG

Tél : 0590 97 56 51 - Fax : 0590 97 56 54

Siret : 409 884 525 00018 - APE : 7990Z