

**BUREAU METROPOLITAIN DU
LUNDI 9 JANVIER 2023**

**NOMBRE D'ELUS
METROPOLITAINS
EN EXERCICE : 16**

QUORUM : 9

| PRESENTS | REPRESENTES | ABSENTS |
|----------|-------------|---------|
| 16 | 0 | 0 |

OBJET DE LA DECISION

N° 23/27

**CONVENTION D'OBJECTIFS
ENTRE LA METROPOLE TPM
ET L'OFFICE DE TOURISME
PROVENCE MEDITERRANEE -
ANNEE 2023 -
AUTORISATION DE
SIGNATURE**

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

PRESENTS :

M. Jean-Louis MASSON, M. Thierry ALBERTINI, M. Ange MUSSO, M. Robert BENEVENTI, M. Gilles VINCENT, M. Jean-Sébastien VIALATTE, M. Robert CAVANNA, M. Hubert FALCO, M. Hervé STASSINOS, M. Francis ROUX, M. Arnaud LATIL, Mme Nathalie BICAIS, M. Jean-Pierre COLIN, M. Jean-Pierre GIRAN, M. Christian SIMON, Mme Geneviève LEVY.

DÉCISION MÉTROPOLITAINE

N° 23/27

BUREAU DU 9 JANVIER 2023

**O B J E T : CONVENTION D'OBJECTIFS ENTRE LA METROPOLE
TPM ET L'OFFICE DE TOURISME PROVENCE
MEDITERRANEE - ANNEE 2023 -
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°21/12/406 du 16 décembre 2021 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°22/12/158 du CODIR de l'OTPM du 14 décembre 2022 portant adoption de la convention d'objectifs 2023 entre la Métropole TPM et l'Office de Tourisme Provence Méditerranée

VU l'avis favorable de la Commission Attractivité Economique et Développement Numérique du 01/12/2022,

VU la convention d'objectifs 2023, 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 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 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 2023.

ARTICLE 2

D'AUTORISER Monsieur le Président de la Métropole TPM à signer la convention d'objectifs 2023 entre la Métropole Toulon Provence Méditerranée et l'Office de Tourisme Provence Méditerranée.

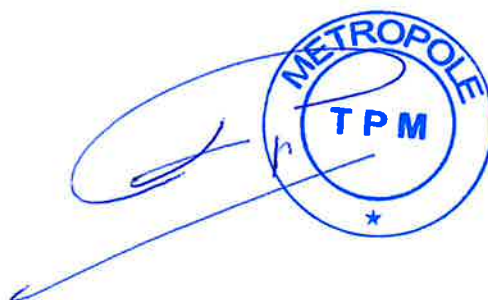
Ainsi fait et délibéré les jours, ou mois et ans que dessus.
Pour extrait certifié conforme au registre.

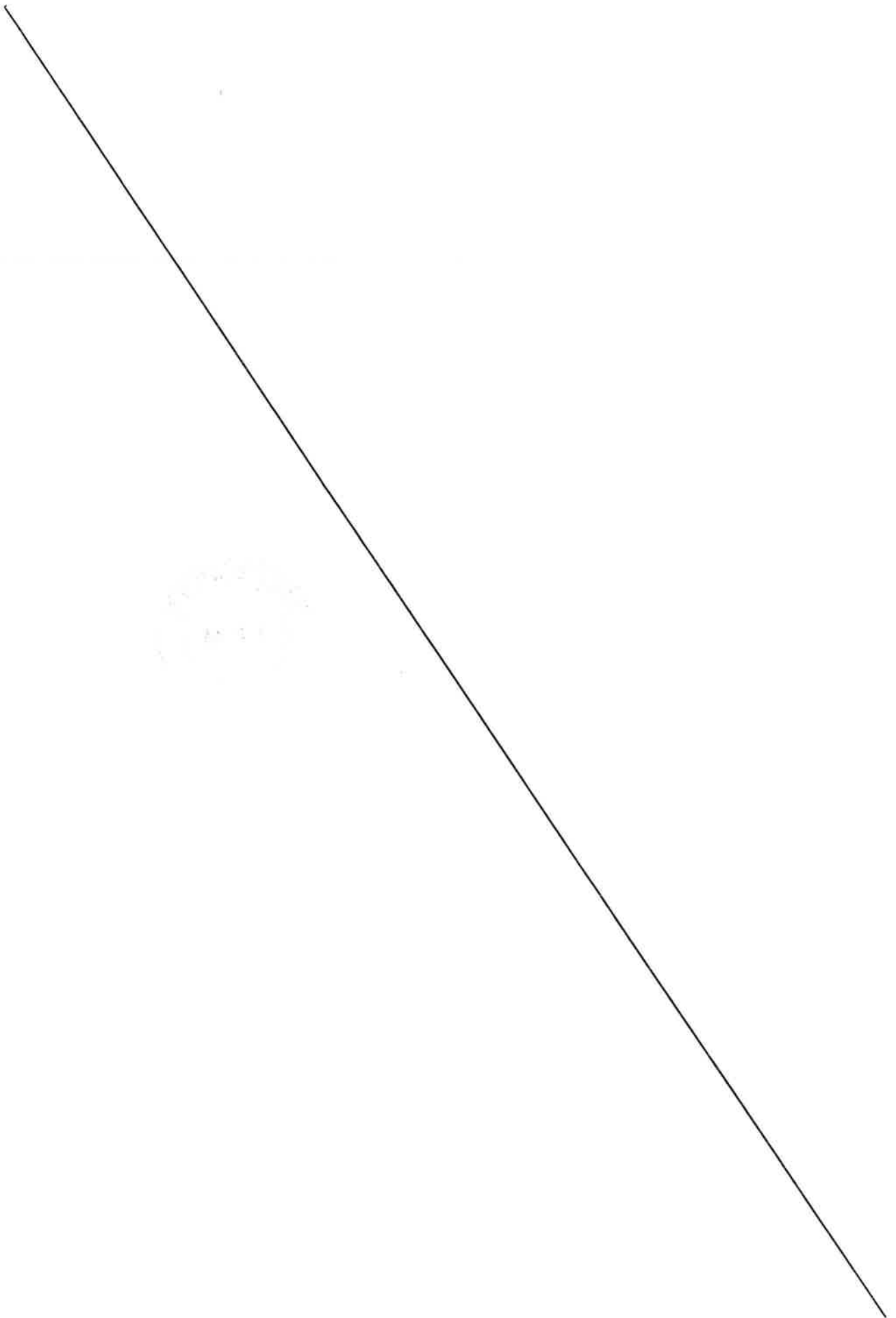
Fait à Toulon, le 9 janvier 2023

Hubert FALCO

Président de la Métropole
Toulon Provence Méditerranée
Ancien Ministre

| | |
|------------|----|
| POUR | 16 |
| CONTRE | 0 |
| ABSTENTION | 0 |





Convention d'objectifs entre la Métropole Toulon Provence **Méditerranée et l'Office de Tourisme Provence** **Méditerranée pour l'année 2023**

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 Hubert FALCO, en sa qualité de Président dûment habilité à l'effet des présentes par délibération du Conseil Métropolitain en date du 15 juillet 2020,

Ci-après « la MTPM »

D'une part,

Et

L'Office Intercommunal 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 OTPM »

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.

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 la CA 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 intercommunal de Tourisme Provence Méditerranée (dénommé OTPM) a été créé sous forme d'un établissement public industriel et commercial (EPIC).

L'OTPM 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, sont le produit de la taxe de séjour et les moyens matériels et locaux mis à disposition jusqu'à l'installation des services de la Direction Générale de l'OTPM dans ses nouveaux locaux rue Baudin à Toulon et le maintien des adresses mails pour un transfert vers les nouvelles adresses mail de la direction générale au moins 6 mois après le déménagement.

ARTICLE 2 : ENGAGEMENTS DE L'OFFICE DE TOURISME METROPOLITAIN

Dans la continuité de la convention d'objectifs 2022 et du projet Métropolitain qui a fixé les grands axes stratégiques pour les années à venir, l'OTPM s'engage à renforcer, développer et diversifier ses actions 2023 pour :

- la mise en place d'un tourisme des quatre saisons
- le développement et amélioration de l'offre nautique et balnéaire

- le développement d'un tourisme urbain, culturel et d'affaires
- le développement d'un tourisme vert tourné vers la nature, le patrimoine et les terroirs
- la promotion d'un tourisme innovant et respectueux de l'environnement.

L'Office de Tourisme Métropolitain s'engage à :

- Répondre aux attentes de la Métropole TPM par la mise en œuvre des grands axes stratégiques et des actions, dans le respect des missions et des objectifs qui lui sont confiés et objet de la présente,
- Exercer ses activités dans le respect des lois et règlements et à souscrire les assurances nécessaires à l'exercice de ses missions,
- Présenter un Budget Prévisionnel chaque année à la Métropole TPM,
- Transmettre un rapport d'activités annuel comportant un compte-rendu et les comptes administratifs et financiers établis sur les objectifs fixés par la présente convention.

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'OTPM 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 ce faire, l'OTPM 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 :

Objectif 1 : la mise en place d'un tourisme des quatre saisons afin de « désaisonnaliser » la fréquentation touristique du territoire de la Métropole.

Certains sites emblématiques de la Métropole subissent des pics de fréquentation en haute saison estivale qu'il convient d'atténuer afin de limiter leur impact environnemental.

Par son action, l'OTPM peut contribuer à mieux répartir la fréquentation touristique annuellement et spatialement.

Pour ce faire, l'OTPM développe un plan d'actions visant à :

- Action 1 : promouvoir la Destination TPM par des actions de communication et de promotion développées en début de chaque saison sur les marchés de clientèles potentielles et avérées, individuels et groupes, sur les marchés France, Europe et marchés lointains en partenariat avec VisitVar, le CRT et Atout France, mettant en valeur les atouts de la Métropole pour un tourisme à l'année, et ce par tout moyen, supports brochures, supports médiatiques, affichages, salons de promotion, accueil presse et de blogueurs, campagnes Web et réseaux sociaux, médiatisation du contenu de l'offre globale à travers la création et le développement d'un nouveau site internet unique pour la destination et l'élaboration de contenus attractifs comme notamment des vidéos de promotion, et des photos, en lien avec l'univers d'expression défini dans la marque marketing de Destination TPM.

- Action 2 : Augmenter la consommation touristique sur le territoire en développant la diffusion de l'information auprès des propriétaires, des conciergeries et des plateformes de location afin de fidéliser les visiteurs et les clients en les incitant à découvrir les autres « pépites » du territoire ainsi que l'offre de produits touristiques et de loisirs.

- Action 3 : Étirer la saison touristique en dopant la consommation des produits sur les weekends en ailes de saison et développer le hors saison pour un tourisme toute l'année en créant des idées de séjour et des weekends à thème avec les professionnels du territoire autour de l'offre culturelle et patrimoniale, des festivals, et des animations emblématiques du territoire.

- Action 4 : Favoriser la diffusion de l'information touristique toute l'année en maintenant les 10 points d'accueils ouverts à l'année et des points d'accueil saisonniers avec une qualité d'accueil homogène adaptée à l'évolution de la demande des visiteurs.

Développer les relais d'information aux points d'entrée du territoire (routes, gares, aéroport, ports), par un affichage et un accès à de l'information dématérialisée et favoriser la diffusion de l'information touristique chez tous les professionnels du tourisme en mettant en place un Schéma d'accueil et d'information (SADI) à l'échelle de la Métropole.

➤ **Indicateurs de résultat pour l'OTPM :**

- ✓ Intitulé et nombre d'éditions de documents de promotion touristique papier et dématérialisés (fréquence annuelle)
- ✓ Nombre de documents téléchargés sur le site internet de l'Office (fréquence annuelle)
- ✓ Fréquentation du site internet et des réseaux sociaux (fréquence mensuelle)
- ✓ Analyse des retours des socioprofessionnels, mesure des retombées des opérations de promotion, évaluation de l'appropriation de la Marque marketing (fréquence annuelle)
- ✓ évaluation annuelle des retombées médiatiques des actions de communication
évaluation quantitative et qualitative de la fréquentation des points d'accueil de l'OTPM sur le territoire et sur toute la destination et du taux de satisfaction des clientèles (fréquence mensuelle)
- ✓ Evaluation quantitative et qualitative de la Taxe de séjour perçue sur tout le territoire avec les services de TPM

Objectif 2 : développer l'offre du territoire et notamment l'offre nautique et balnéaire « organiser une offre de qualité correspondant aux attentes des clientèles »

L'OTPM positionne la destination touristique de la Métropole comme une destination qui met tout en œuvre pour satisfaire les attentes de ses résidents, visiteurs et clients, pour ce faire, développe des actions spécifiques telles que :

- Action 1 : L'OTPM fédère, associe et anime les acteurs locaux professionnels du tourisme, publics et privés, regroupés en filières pour développer des actions communes afin de créer et de promouvoir une offre touristique cohérente et lisible pour tous les clients potentiels, en France et à l'international.

Des actions de communication et promotion spécifiques sont menées telles que l'édition de documents, la diffusion de visites virtuelles, la promotion sur des salons thématiques ou campagnes d'affichage et de communication dédiés.

- Action 2 : l'OTPM Certifie ou aide à la Certification de l'offre et des partenaires liés aux filières et développe des supports de communication dédiés.

- Action 3 : l'OTPM développe et met en valeur l'offre de chaque filière par la création de produits secs ou packagés, en fait la promotion, et diffuse cette offre en ligne sur son site internet ou en front office ou chez ses partenaires en utilisant un outil commun de commercialisation.

Les filières identifiées pour l'ensemble du territoire TPM :

- Patrimoine culturel bâti et artisanat d'art (Ville d'Art et d'Histoire et Ville et Métiers d'Art) création de circuits et de visites ;
- Nautisme et Plongée création et vente de produits loisirs ;
- Oenotourisme Gastronomie et art de vivre : création et vente de produits loisirs ;
- Tourisme durable : environnement PNPC et Natura 2000 création de produits de visite ;
- Randonnée Tourisme vert et Nature Création de produits, de circuits et animation des guides ;
- Vélo Cyclotourisme création de produits et circuits et certification des pros ;
- Tourisme et Handicap Certification des pros accueil ;
- Classement de meublés – Hébergements : Classement des meublés ;

➤ Indicateurs de résultat pour l'OITPM :

- ✓ Nombre de réunion d'informations, de travail avec les socio-professionnels et thématiques fréquence annuelle)
- ✓ Résultat des enquêtes de satisfaction des professionnels (fréquence annuelle)
- ✓ Bilan des campagnes de promotion dédiées (fréquence annuelle)
- ✓ Evaluation des ventes de produits secs et packagés pour les individuels ou les groupes (fréquence mensuelle)

Objectif 3 : le développement d'un tourisme urbain, culturel et d'affaires

L'offre culturelle sur le territoire de la Métropole se distingue par sa qualité et sa diversité, que ce soit l'opéra, le spectacle vivant, le design et la mode, l'art contemporain et la photo, les arts visuels, la mise en lumière du patrimoine bâti, la création annuelle de spectacles in situ, sur le territoire national ou programmés à l'international, l'ensemble de ces

événements constituent une offre qui contribue au rayonnement et à l'attractivité touristique de la Métropole.

Afin de contribuer à la mise en valeur de l'offre Culturelle de la Métropole, l'OTPM conduit des actions spécifiques :

- Action 1 : identifier les grands événements porteurs de l'identité d'excellence culturelle de la Métropole et développer des partenariats pour l'accompagnement des organisateurs et l'accueil et l'information durant l'évènement par les équipes d'accueil de l'OTPM.
- Action 2 : mettre en valeur ces événements par des campagnes de promotion et la diffusion de l'information sur tous les supports de communication de l'OTPM, documents, site internet, réseaux sociaux, campagnes de communication en France et à l'international et développer des visites guidées et circuits dématérialisés incitant à la visite.
- Action 3 : développer les idées séjour et weekend secs ou packagés autour des événements et des équipements emblématiques culturels et festifs et développer la vente de ces produits en ligne sur le site internet ou en front office.
- Action 4 : développer le partenariat avec le Bureau des Congrès et le Bureau des Tournages de TPM afin de développer l'apport d'affaires par l'OTPM pour ces structures grâce aux contacts de l'OTPM générés sur les salons et campagnes de promotion.

➤ **Indicateurs de résultat pour l'OTPM :**

- ✓ Nombre de réunions de travail avec les organisateurs d'évènements et nombre de visiteurs accueillis par l'OTPM durant ces événements sur site (fréquence annuelle)
- ✓ Bilan des campagnes de promotion (fréquence annuelle)
- ✓ Evaluation des ventes de produits secs et packagés pour les individuels ou les groupes (fréquence par événement)
- ✓ Bilan des apports d'affaires par l'OTPM pour le Bureau des Congrès et la Bureau des tournages.

Objectif 4 : le développement d'un tourisme vert tourné vers la nature, le patrimoine et les terroirs.

Le territoire de la Métropole présente une grande variété de paysages et de sites naturels, archipel d'îles, criques, plages, forêt littorale, collines boisées de bord de mer, riches en biodiversité et représentatifs de la Provence Littorale qui sont un atout d'attractivité.

Ces espaces naturels préservés par le Conservatoire du littoral, le Parc National de Port Cros, ou Classés (Zones Natura 2000, RAMSAR (zone humide, d'importance internationale), sites boisés classés, représentent plus de 8% du territoire de la Métropole (plus de 3000 hectares). La plupart de ces sites sont ouverts au public, et permettent le développement d'activités de découverte ou de loisirs propices au ressourcement pour les résidents et les visiteurs.

La richesse des terroirs provençaux présents sur le territoire tels que les vignobles AOC, la culture de la spiruline, la production de fleurs, l'élevage d'espèces maritimes poissons et crustacés, entre autres, et les savoirs faire des restaurateurs contribuent aussi à l'identité et l'attractivité du territoire de la Métropole.

L'OTPM a pour mission de mettre en valeur cette offre pour un tourisme raisonné toute l'année en développant des actions spécifiques :

- Action 1 : mettre en valeur la qualité des paysages et des sites sur l'ensemble des supports et actions de communication développés par l'OTPM, et créer une photothèque de reportages photo et video accessibles aux partenaires institutionnels et professionnels du territoire afin de promouvoir une identité commune.

- Action 2 : développer et aider à la création de circuits et itinéraires de visite des sites naturels et protégés et de supports de communication tels que « le sentier du littoral » ou la carte des espaces naturels et des jardins et en faire la promotion. Développer les ventes de visites du patrimoine naturel avec les guides et accompagnateurs du territoire.

- Action 3 : créer des produits secs ou packagés et des circuits touristiques avec les producteurs dans le cadre de la filière Gastronomie et art de vivre goûts, oenologie et terroirs, créer et diffuser des supports de communication et vendre les produits créés.

➤ **Indicateurs de résultat pour l'OTPM :**

- ✓ Intitulé et nombre d'éditions de documents de promotion touristiques spécifiques pour ces filières papier et dématérialisés (fréquence annuelle)
- ✓ Résultat des enquêtes de satisfaction des professionnels et des partenaires
- ✓ Evaluation des ventes de produits secs et packagés pour les individuels ou les groupes

Objectif 5 : la promotion d'un tourisme innovant et respectueux de l'environnement

A l'heure de la mondialisation et des nouvelles technologies, les touristes changent de comportement. Sensibles à l'éthique, ils souhaitent plus de transparence, notamment de la part des professionnels et des destinations. Le territoire métropolitain dispose d'un nombre de sites classés et labellisés très important. Ils constituent une des aménités les plus importantes pour le positionnement de la destination. La mise en valeur des labels de qualité, environnementaux et de tourisme durable est un vecteur de communication puissant.

- Action 1 : Faire référence aux Labels nationaux ou internationaux obtenus pour les sites ou par les professionnels du tourisme du territoire de la Métropole dans les supports de communication édités ou diffusés par l'OTPM afin de créer une image de destination de Qualité pour un tourisme écoresponsable : Sites naturels classés, Parc National, Qualité Tourisme (prestataires, dont hébergement), Pavillon Bleu (plages et ports), Qualité Vélo (cyclotourisme), Labels tourisme durable pour les différentes activités : Ecolabel Européen hébergement, NF Environnement pour les sites de visite, Certification Ports Propres, Certification Tourisme d'aventure (activités et sports de nature), Les labels culturels Ville d'Art et d'Histoire – Ville et Métiers d'Art, Patrimoine du 20^{ème} siècle entre autres.

- Action 2 : mettre en place une Promotion spécifique des circuits & itinéraires sur les sites naturels classés, les espaces protégés et les circuits culturels et promouvoir les circulations douces lors des salons thématiques dédiés, dans les campagnes de communication supports presse ...

- Action 3 : développer la dématérialisation des supports de communication de l'OTPM site internet, technologie NFC, QR codes, codes barre et l'utilisation de produits recyclés ou

économiques en énergie, inciter les visiteurs à utiliser les transports en commun sur le territoire et inciter aux circulations douces sur les pistes cyclables notamment.

➤ **Indicateurs de résultat pour l'OTPM :**

- ✓ Nombre de supports dématérialisés ou recyclés (fréquence annuelle)
- ✓ Résultat des enquêtes de satisfaction des professionnels et des clients
- ✓ Estimation de l'impact RSE de l'OTPM

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 le service 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'OTPM 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'OTPM, et de son indemnité de régie pour le compte de la Métropole TPM.

Le Régisseur, employé de l'OTPM, 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 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 Intercommunal 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'OTPM 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'OTPM 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 POSITIONNEMENT TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

En 2023, l'Office de Tourisme mettra en œuvre sa Stratégie et son Plan d'actions :

- Communication et promotion de la Marque marketing de Destination et des Stations Classées du territoire
- Mise en œuvre de la Stratégie de l'office de tourisme en lien avec la stratégie de développement touristique de la Métropole Toulon Provence Méditerranée
- Plan d'actions opérationnel et de communication 2023-2024 associé au plan de déploiement de la Marque de Destination.

4.4 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 « Taxedesjour.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'OTPM à interroger les informations contenues dans la base de données.

La Métropole a autorisé également les salariés de l'OTPM 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 a 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'OTPM 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'OTPM devra impérativement informer la Métropole TPM en cas de changement des référents.

L'OTPM déclare parfaitement connaitre 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. 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, est reversée à l'OTPM à statut d'EPIC.

Il a été convenu d'un versement trimestriellement à l'OTPM.

5.2. LOCAUX ET EQUIPEMENTS :

Par convention spécifique, la Métropole TPM mettra à disposition de l'Office de Tourisme les locaux et les équipements nécessaires à l'exécution de ses missions jusqu'à l'installation des services de la Direction Générale de l'OTPM dans ses nouveaux locaux rue Baudin/place Raspail à Toulon et le maintien des adresses mails pour un transfert vers les nouvelles adresses mail de la direction générale au moins 6 mois après le déménagement.

Il est en effet convenu d'un commun accord, que l'OTPM aura intégré ses nouveaux locaux situés place Raspail à Toulon avant la fin du 1^{er} trimestre de 2023. Une nouvelle convention sera conclue entre la Métropole TPM et l'OTPM pour la mise à disposition d'un bureau meublé au régisseur principal de la taxe de séjour afin de garantir une proximité avec les agents métropolitains chargés de la collecte.

ARTICLE 6 : ENTREE EN VIGUEUR ET DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est conclue pour l'année 2023.

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 : 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

Pour l'Office de Tourisme Provence
Méditerranée

Le Président
Monsieur Hubert FALCO

Le Président
Monsieur Laurent JEROME

