



CONVENTION D'OBJECTIFS

Et de MOYENS

2024 - 2026

Entre la Commune et l'Office de Tourisme

Direction de Station

Le GRAU DU ROI PORT CAMARGUE

Considérant

- *L'article 10 de la Loi du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et l'article 1 du décret du 6 juin 2001 faisant obligation de conventionnement avec les organismes de droit privé percevant un financement supérieur à 23 000 €, la circulaire n°5439 SG du 18 janvier 2010 relative aux relations entre les pouvoirs publics et les organismes de droit privé : conventions d'objectifs et simplification des démarches relatives aux procédures d'agrément,*
- *La délibération du 15/12/2016 par laquelle la commune a décidé de conserver la compétence tourisme en utilisant la dérogation permise par l'article 18 de l'acte II de la loi Montagne et la dérogation pour les stations classées étendue à toute Stations classées même hors montagne promulguée le 28 décembre 2016*
- *Le renouvellement du Classement de la ville du Grau du Roi en 2014 pour une durée de 12 ans*

Il est engagé la présente convention :

Entre

La commune de Le Grau du Roi représentée par **Docteur Robert CRAUSTE, Maire** dûment habilité par délibération n°2020-07b-02 du 10 juillet 2020.

Et

La Direction Station, Office de Tourisme Le Grau du Roi Port Camargue, représentée par **Madame Maud HUBIDOS, directrice.**

Préambule :

Conformément aux articles L. 133-1 à L. 133-3 du Code du tourisme, l'Office de Tourisme communal s'est vu déléguer les missions de service public d'accueil et d'information des touristes, de communication et de promotion touristique du territoire ainsi que de coordination du réseau des professionnels locaux du tourisme et des partenaires garants du développement touristique local.

La Direction de Station est chargée de la mise en œuvre de la politique du tourisme local et des programmes de développement touristique en conformité avec les décisions prises par la commune, à cet effet elle est amenée à piloter d'autres missions qui seront détaillées dans cette convention.

La Direction de Station est sollicitée chaque fois que la commune le jugera utile et partie prenante dans l'élaboration de cette politique touristique.

Le Tourisme au Grau du Roi en 2024

Après les années de grands troubles sanitaires traversées par le monde entier, l'activité touristique a repris ses droits et une forme de retour à la normale, ou plutôt à une situation antérieure connue, mais qui reste fragile.

Le monde actuel est particulièrement instable et notre activité économique peut en subir les conséquences, négatives, ou positives.

Aujourd'hui nous sommes confrontés à une situation géopolitique fragile et au dérèglement climatique et à ses conséquences : canicules, sécheresses, diminution de la ressource en eau, risque incendie accru, risque de phénomènes météo, risque développement d'épidémies avec transmission par les moustiques, perte d'attractivité de la zone littorale en cas d'épisode caniculaire important, ... mais c'est aussi de manière plus positive un étalement très large de la fréquentation avec des petites vacances d'automne, d'hiver et de printemps qui viennent impulser une nouvelle dynamique et un nouveau fonctionnement de l'activité économique, un tourisme de proximité qui ne se dément pas pour rester dans un périmètre ressenti comme sécuritaire.

Le Grau du Roi possède un atout majeur grâce à un très fort taux de lits touristiques en résidences secondaires (près de 70 %) de propriétaires de relative proximité, ainsi la très grande majorité de nos visiteurs sont attachés au Grau du Roi et y viennent de manière très régulière dans des périodes maintenant étalées sur toute l'année.

Une vie de village à l'année, même avec des périodes plus creuses, avec des commerces ouverts, des restaurants, des cafés, des marchés, une activité économique emblématique, la pêche, qui rythme la vie du village, des sites touristiques à forte notoriété ouverts à l'année : Seaquarium, Phare de l'Espiguette, Maison du Phare, un cinéma, un théâtre avec une programmation annuelle, des animations programmées chaque mois, des promenades facilitées front de mer, quais et môles, port de Plaisance et ses quais, tour du lac de Salonique, promenade le long de l'avenue J. Bastide, sentier dans l'espace renaturé de l'ancien hôpital, et enfin bien sûr des espaces naturels exceptionnels, préservés, et accessibles comme l'Espiguette Grand Site de France ou Le Bois du Boucanet, sont autant d'atouts pour ancrer durablement ce tourisme de proximité plus durable et solide face aux turbulences.

Depuis 2020 la commune a fait le choix de s'orienter vers la valorisation d'un tourisme plus respectueux des habitants, du territoire, de l'environnement, de **sortir de l'aire du « toujours plus » pour aller vers celle du « toujours mieux »**. L'office de tourisme de la Ville porte cet engagement et agit en ce sens.

De nombreuses démarches sont en cours pour porter cet engagement, Qualité Tourisme, Accueil Vélo, Vignobles et Découvertes, Destination Pour Tous, **Green Destinations**... L'important se situe toujours dans le travail mené pour aboutir à un label ou une marque. Les critères à respecter, pour obtenir, maintenir, inscrire dans la durée.

L'économie touristique est incontournable pour le Grau du Roi ; pour ses habitants par les emplois directs et indirects bien sûr mais également par les leviers financiers ainsi amenés à la collectivité permettant de porter des projets ambitieux.

L'innovation est au cœur de notre ADN et nous nous employons chaque jour à véhiculer cette image d'un Grau du Roi bien ancré dans ses traditions, sa culture méditerranéenne et camarguaise, ouvert vers le monde et les nouveaux modes de communication et de partage.

Objectifs 2024 - 2026 :

1. Fonctionnement

Après ouverture en 2023 de deux nouveaux sites touristiques et le travail sur un nouveau lieu qui ouvrira en 2025. Après l'évolution des statuts de la précédente SEM en SPL, le renouvellement de la concession pour le Camping, et la gestion du dossier assurance du Camping, et pour faire suite à l'important travail de réorganisation interne,

La direction de la SPL qui porte l'Office de Tourisme doit asseoir la stabilité de la SPL et lui permettre de porter de manière optimale ses missions actuelles tout en préparant le futur.

Indicateur :

- Mise à plat et refonte juridique / comptable / fonctionnement des conventions qui régissent les relations Ville - SPL
- Finalisation de l'organigramme
- Accompagnement des directeurs de pôles dans leur prise en main de missions
- Portage des nouveaux projets en matière d'accueil de visiteurs ou de pilotage de nos partenariats.
- Suivi des résultats des enquêtes qualité (visiteurs ; socio pro ; élus)
- Obtention et renouvellement de nos Marques et catégorie Qualité Tourisme ; catégorie 1 ; Green Destinations

2. Budget

Maintenir la situation financière saine avec **de nouveaux équilibres à définir pour mener à bien les missions attendues** en cohérence avec les décisions municipales.

Chaque année sur présentation d'un budget prévisionnel la collectivité décidera du montant de la subvention allouée pour le pôle Office de Tourisme.

Indicateurs :

- Prévisionnel détaillé de l'exercice
- Arrêté intermédiaire des comptes rapportés au prévisionnel
- Résultat définitif de l'exercice annuel
- Suivi des tableaux de bord

3. Gestion des Ressources Humaines

Les grands objectifs en matière de RH restent centrés sur le fait de mettre l'humain au cœur du fonctionnement de notre structure ainsi :

Favoriser la mobilité interne et permettre à nos collaborateurs de grandir et évoluer vers des missions en accord avec leurs attentes et les besoins de l'entreprise.

Poursuivre notre professionnalisation de la GRH au sein de la SPL, favoriser l'émergence d'une véritable marque employeur.

Avoir une politique formation volontariste et renforcée.

Faciliter l'acceptation de contrats d'apprentis et d'alternants afin de répondre à la responsabilité sociétale de notre entreprise sur le territoire en formant et accompagnant des jeunes du territoire mais également dans un souci économique et un souci de préparation de l'avenir.

Indicateurs :

- Budget consacré à la Formation et tableau de bord de la formation dans la SPL
- Poursuite de la mise à jour des fiches de poste
- Poursuite des travaux avec les nouveaux délégués du personnel (IRP)
- Accord d'entreprise autour d'une grille des salaire spécifique reprenant nos deux conventions collectives pour obtenir une équité de traitement optimale et donner de la visibilité en termes de carrière au sein de la SPL.

4. Mise en œuvre d'une véritable stratégie RSE Tourisme Durable

Après des années de défrichage de ces questions, après des premiers engagements forts, nous souhaitons aujourd'hui mettre en lumière **une véritable stratégie globale** qui sous tendre au quotidien l'ensemble de nos actions.

Il s'agira de :

- Assurer le suivi de l'audit puis du plan d'actions vers **le Label International Green Destinations**
- Poursuivre la démarche participative avec l'ensemble des parties prenantes de la Station et notamment avec les élus de la collectivité et la

population locale afin de co construire et partager une vision du tourisme de demain au Grau du Roi

- Accompagner les professionnels de l'hébergement, de la restauration, des loisirs qui entrent dans ce positionnement
- Poursuivre en interne le développement des démarches éco-responsables.
- Mettre en place des animations et événements qui favorisent une transmission de ces valeurs.

Indicateurs :

- Actions et projets mis en œuvre dans le cadre de la démarche Green Destinations
- Programme d'ateliers, RDV, réunions mises en place pour le travail collaboratif à l'échelle de la destination, en interne dans la SPL
- Suivi de nos labels et démarches
- Augmentation du nombre de professionnels accueil vélo ; vignobles et découvertes ; clé verte...
- Articles ; posts sur les réseaux ; reportages sur nos engagements

5. Accueil et Informations Touristiques

Une des missions principales de la **Direction de Station au travers de son Office de Tourisme** est l'accueil et l'information des vacanciers. Nous veillons à respecter en ce sens une qualité de nos procédures d'accueil, que ce soit un accueil physique ou numérique, et des informations données en cohérence avec notre démarche Qualité Tourisme.

Un Office de tourisme catégorie 1 et engagé dans la démarche qualité tourisme.

L'équipe accueil : des experts au service de la valorisation de leur territoire.

Les missions :

- Accueil et information des visiteurs : **Fournir un accueil chaleureux et professionnel aux vacanciers, habitants, résidents secondaire, régionaux, nationaux, internationaux, socio professionnels...** Répondre à leurs questions, et leur **fournir des informations** détaillées sur les attractions locales, les événements, les services, les hébergements...
- Orientation et conseils : Aider les visiteurs à planifier leurs itinéraires en leur fournissant des conseils personnalisés en fonction de leurs intérêts, besoins et contraintes de séjours, aléas météo, conditions de sécurité à respecter.

- Distribution de documentation touristique : Mettre à disposition des brochures, cartes, guides et autres supports d'information pour aider les visiteurs à explorer le territoire
- Promotion des activités : Promouvoir les événements culturels, les activités de loisirs, les sites touristiques, les circuits et les attractions de notre territoire et de notre région pour encourager les visiteurs à découvrir toutes les offres disponibles.
- Veille et mise à jour des informations : **Assurer une connaissance constamment mise à jour** des événements, des horaires d'ouverture, des tarifs et des nouveautés afin de fournir des informations précises aux visiteurs.
- **Gestion des plaintes supervisée par la référente Qualité Tourisme** : Recueillir les retours des visiteurs, gérer les plaintes éventuelles et prendre note des suggestions pour améliorer les services touristiques.
- Gestion des stocks de documents touristiques

Indicateurs :

Accueil :

- Satisfactions clientèles (résultats des enquêtes qualité) et utilisateurs pro.
- Maintien de nos marques et labels Qualité Tourisme et Catégorie 1 obligatoire pour la station classée / Tourisme et Handicap
- Programme des ateliers et animations pour le Grand Public
- fréquentation des ateliers et animations

Documentation :

- Types de brochures et nombre d'exemplaires
- Retour clients et pro sur l'utilisation et la qualité des brochures

Site Internet et réseaux sociaux

- Réussite de la transition vers le nouveau site internet en termes de fréquentation et de gestion du site (et, ou actions correctives le cas échéant)
- résultats de nos rapports statistiques réseaux sociaux
- Nombre de visiteurs, de visites et de pages vues (site et RS)
- Nombre de visiteurs sur les pages partenaires mises à jour
- Satisfaction utilisateurs pro

6. Création et gestion de lieux innovants à caractère touristique et structurant pour le territoire

Les offices de tourisme évoluent partout et portent de nouvelles compétences.

Une nouvelle mission de la **Direction de Station au travers de son Office de Tourisme** est venue enrichir nos activités au travers de la gestion, voire du portage du projet puis de la gestion, de lieux d'accueil à vocation touristique et territoriale.

- **Gestion de l'accueil et de l'accompagnement des visiteurs à la Maison du Phare :**

Commercialisation, gestion des ouvertures et de la visite, gestion de la billetterie, suivi des process techniques, proposition d'amélioration, projet de visites sont autant de missions qui sont portées par les équipes accueil et communication, mais également le pôle promotion, commercialisation de l'Office de Tourisme.

Indicateurs :

- Satisfactions clientèles
- Croissance de la fréquentation et de la commercialisation
- Obtention de la marque Qualité Tourisme
- Programme d'animations

- **Suivi du projet et gestion du SANA tiers lieux à vocation touristique et territoriale :**

Pour répondre aux attentes des instances nationales et parce que cela nous semble primordial il convient de déployer des lieux et espaces permettant de sensibiliser habitants, acteurs économiques, élus et visiteurs du territoires aux grands enjeux d'évolution du littoral.

Porter une acculturation aux transitions écologiques, travailler à de nouvelles formes d'accueil et de mixité touristes / habitants à travers des échanges, des expérimentations de solutions concrètes à court terme mais aussi sur des perspectives d'aménagement de long terme dans un lieu hybride et dédié dont l'ADN est l'innovation économique et sociétale.

Le tiers lieux du SANA dont le modèle économique repose sur cette hybridation : espaces de travail en coworking et espace de réception loués à cet effet, espace culturel et lieu de vie et de partage, espace dédié à des activités associatives ou professionnelles... répondra à cette attente.

Indicateurs :

- Ouverture du tiers lieux horizon 2025
- Qualité des propositions
- Fréquentation des espaces
- Viabilité du modèle économique visant l'équilibre

7. Appui et conseil aux partenaires Locaux

Maintenir et amplifier la dynamique lancée sur la précédente période.

Pour mémoire les cotisations « de principe » par les partenaires ont été abandonnées au profit de relations plus à la carte pour des parutions particulières ou encore pour participer à des opérations de promotion notamment.

Poursuite de la montée en puissance de nouveaux type de relations partenariales comme les ateliers pro et rester à l'écoute des besoins.

Fédérer autour de projets communs ou d'idées nouvelles, approfondir une véritable dynamique autour du tourisme durable, des circuits courts et de la qualité.

Indicateurs :

- Nombre d'actions et d'ateliers réalisés pour les pros
- Satisfaction post atelier des pros
- Nombre de partenaires pour les outils de com partenaires

8. Communication – Relations Médias

Un plan de communication est défini chaque année avec le même objectif : valoriser un positionnement choisi et l'image de la Destination.

Les outils et supports de communication, les choix de médias et les axes de communication sur les réseaux, les choix rédactionnels, sont définis et choisis pour porter cet objectif.

La veille média et les relations presse sont un outil important au bénéfice de cette stratégie. La mission de relation presse est repensée pour conserver cette qualité.

Indicateurs :

- Qualité et évolutions de nos outils papiers et numériques
- Augmentation de nos fans et de leur engagement sur les réseaux sociaux
- Fréquentation de notre nouveau site Internet
- Maintien de notre rayonnement médias nationaux et régionaux
- Nombre de journalistes reçus
- Nombre d'articles et reportages diffusés
- Equivalent en achat d'espace publicitaire

9. Promotion / Commercialisation

Le développement de la vente de prestataires d'activités à l'accueil de l'office de tourisme est un objectif de cette nouvelle période en cohérence avec la mise en œuvre de notre système de billetterie.

Nous reprenons la participation à des salons pro.

L'obtention en 2020 du Label « Terre de Jeux 2024 » amplifie notre visibilité sur ces segments et ces cibles. Nous avons à cœur de valoriser ce dispositif et de promouvoir les atouts de notre territoire dans ces secteurs d'activité.

Le Club Business Sud de France du CRTL Occitanie reste un outil au service de notre promotion. Le Club des organisateurs d'événements sportifs doit devenir également un outil au service de cette promotion.

Indicateurs :

- Plan d'actions promotionnelles (salons, workshops)
- Nombre de contacts établis
- Nombres de dossiers aboutis
- Mise en place de la vente de prestataires à l'OT

10. Visites guidées

Mise en œuvre dans le cadre de la Cité de la Pêche et des Pêcheurs et au-delà pour répondre à des attentes des visiteurs, mais également pour renforcer une offre touristique qualitative, l'office de tourisme a lancé un travail important pour la mise au point d'une offre de visites guidées, accompagnées.

En complémentarité de l'offre privée actuellement existante et en collaboration avec les services Patrimoine et Culture de la Ville, les visites viseront à proposer une offre innovante, décalée.

Indicateurs :

- Mise en place de l'offre
- satisfaction des visiteurs

11. Accompagnement aux démarches communales

Apporter à la collectivité un appui dans des dossiers relevant de notre expertise : Destination Pour Tous, classement des hébergements en vue du renouvellement du classement de la commune (2026) et la prise en charge des formalités imposées par ce renouvellement du classement de la commune en Station Classée.

Indicateurs :

- Nombre de meublés classés
- Evolution du dossier de renouvellement de la commune
- Labélisation DPT

12. Observatoire

Après une mise en œuvre de nos deux principaux outils sur la période précédente : G2A et Flux Vision nous sommes entrés dans un nouveau plan de travail aux côtés du CRTL Occitanie avec un marché en commun pour un observatoire régional.

Nous poursuivons la professionnalisation et la précision des données recueillies, traitées et analysées.

Indicateurs :

- Enquêtes de conjoncture réalisées
- Réunions animées au profit des instances locales (gendarmes ; pompiers...)
- Envoi d'infographies aux professionnels et institutionnels du territoire

13. Evénements

La Direction de Station n'a pas la compétence animation et n'intervient donc pas directement dans l'organisation des manifestations.

En revanche elle assure une assistance importante un portage en ingénierie sur des manifestations importantes de la commune : Graulinades, Défi des ports de Pêche...

Indicateurs :

- Satisfaction des services soutenus
- Résultats obtenus sur les événements particulièrement portés

14. Boutique

Une réflexion en cours afin de rester en cohérence avec notre stratégie est de ne commercialiser que des produits éthiques : circuits courts ou éthiquement responsables ; fabrication « locale » et, ou française, et, ou responsable.

La finalité première est de proposer un « petit plus » au conseil en séjour proposé.

Indicateurs :

- Mise en œuvre du projet
- Ventes réalisées Boutique
- CA réalisé en Boutique
- Satisfaction des clients

15. Mission de Représentation / Coordination - Animations des Acteurs Territoriaux

Le rôle de la Direction de Station dans l'animation du réseau des professionnels et institutionnels liées au tourisme, avec les organisations communales ou territoriales (CCTC ; PETR ; Département ; Région est un élément important de notre fonctionnement.

La Direction de station représente la commune et assure le suivi des dossiers en cours auprès d'Atout France, d'ADN Tourisme, du Comité Régional du Tourisme et des Loisirs Occitanie, de l'Agence de Développement Touristique (ADT) du Gard, du PETR Vidourle Camargue, du Syndicat Mixte de la Camargue Gardoise, de l'intercommunalité Terre de Camargue... dans le cadre des démarches Grand Site Occitanie, Grand Site de France, et dans les nouvelles gouvernances mises en œuvre par ces instances qui associent de manière beaucoup plus importantes les Offices de Tourisme.

La Direction de Station apporte sa connaissance technique à la ville pour tout projet à caractère économique et touristique et participe à toutes réunions et travaux nécessaires au bon avancement de projets.

Elle relaie dans le cadre de la démarche Qualité Tourisme les remarques de la clientèle touristique.

Dans le cadre de sa mission d'animation du réseau des professionnels, elle conseille et accompagne tout porteur de projets qui le souhaiterait.

Indicateurs :

- Mise en œuvre d'opérations en commun : Ville / Port de plaisance / Seaquarium / Arènes / OT – Communication / Animation
- Participation à des opérations ou dispositifs (Eco Passeurs du Pais ; SIA ; Contrat de Destination ; Vignobles et découvertes...)
- Coordination des Rencontres du Tourisme
- Mise en place de rencontres thématiques
- Présence aux réunions et comités de pilotage
- Suivi des dossiers / retour à la collectivité

Moyens

Pour permettre à la Direction de Station d'atteindre ces objectifs et d'assurer cette mission de service public, la commune lui attribue des crédits de fonctionnement.

Demande de subvention

Pour chaque exercice la Direction de Station travaille avec les élus, et notamment le Maire, Président de la SPL, la Maire adjointe déléguée au Tourisme, le Premier Adjoint délégué aux finances, le Directeur Général des Services et les Services Financiers de la ville sur un montant argumenté de subvention.

La Direction de station présente :

- Le résultat prévisionnel de l'exercice
- Le bilan définitif de l'année certifié conforme présenté en AG
- Le budget prévisionnel de l'année N, dans lequel apparaît la subvention communale demandée
- Des tableaux de bord d'analyse et de suivis de nos activités

Chaque année la Direction de Station présente le Bilan comptable et Bilan moral devant le Conseil Municipal en milieu d'année.

Enfin l'ensemble de ces données est systématiquement présenté et discuté en Conseil d'Administration de la SPL.

Une demande de subvention portant sur cette convention triennale sera analysée par la collectivité et soumise au vote des élus.

La commune s'engage à verser la subvention à la Direction de Station suivant des modalités convenant aux deux parties, afin d'éviter à la Direction de Station d'être en situation d'insolvabilité.

Des crédits complémentaires pourront être prévus pour toute autre tâche confiée à la Direction de Station et faisant l'objet d'avenant à cette convention stipulant la nature, la durée du service et le montant des crédits spécifiques accordés.

Suivi du Budgétaire

La direction de Station, SPL le Grau du Roi Développement tient une comptabilité conforme aux obligations comptables de son entité juridique. Toute modification budgétaire significative durant l'exercice serait signalée à la commune.

Après approbation par l'Assemblée Générale, la SPL communiquera à la Commune une copie certifiée des bilans financiers et des comptes de l'exercice.



Suivi de la Convention

Les différents éléments présentés dans le bilan annuel, moral et financier, permettront de réaliser une évaluation des points de contrôle définis dans cette convention.

Participation de la Ville au CA de la SPL

La ville de Le Grau du Roi/Port Camargue siège au Conseil d'administration par l'intermédiaire des 9 membres désignés par le Conseil Municipal. Le Président de la SPL Le Grau du Roi Développement est le Maire.

Durée de la Convention

La présente convention d'objectifs entrera en vigueur dès sa signature par les deux parties, son terme est fixé au 31 Décembre 2026.

Suspension de la Convention

Si elle constatait que la Direction de Station ne remplit pas tout ou partie des obligations contractuelles la liant à elle, la Commune peut présenter un constat motivé aux représentants de la Direction de Station par écrit et entendre ces derniers.

Au regard des réponses obtenues, elle peut décider la suspension de tout ou partie de ses aides.

Modification de la Convention

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

Attribution de juridiction

Les litiges qui naîtraient de l'exécution des présentes, pourront être portés devant le Tribunal Administratif de Nîmes.

A Le Grau du Roi, le

11 JUIN 2024

Docteur Robert CRAUSTE,
Maire de Le Grau du Roi

Maud HUBIDOS
Directrice de Station

SPL LE GRAU DU ROI DEVELOPPEMEN
1428 route des Ganivelles
30240 LE GRAU DU ROI
Tél. +33(0)4-66-51-43-92
RCS Nîmes Siren 381 550 219 APE 5530Z
TVA intracom FR 35 381 550 219

