

**COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION
GRANDANGOULEME**

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE
SEANCE DU 28 JUN 2018**

Délibération
n° 2018.06.248

**Office de Tourisme
du Pays d'Angoulême
(OTPA) : convention
cadre pluriannuelle
2018-2020**

LE VINGT HUIT JUIN DEUX MILLE DIX HUIT à 17h30, les membres du conseil communautaire se sont réunis au siège de la communauté d'agglomération de GrandAngoulême - 25 boulevard Besson Bey à ANGOULEME suivant la convocation qui leur a été adressée par Monsieur le Président.

Date d'envoi de la convocation : **22 juin 2018**

Secrétaire de séance : Jean-Marc CHOISY

Membres présents :

Jean-François DAURE, Jean-Marie ACQUIER, Sabrina AFGOUN, Anne-Sophie BIDOIRE, André BONICHON, Xavier BONNEFONT, Laïd BOUAZZA, Patrick BOURGOIN, José BOUTTEMY, Catherine BREARD, Gérard BRUNETEAU, Gilbert CAMPO, Danielle CHAUVET, Monique CHIRON, Jean-Marc CHOISY, Jean-Claude COURARI, Véronique DE MAILLARD, Catherine DEBOEVERE, Françoise DELAGE, Bernard DEVAUTOUR, Gérard DEZIER, Denis DOLIMONT, Karen DUBOIS, Jacques DUBREUIL, Denis DUROCHER, Guy ETIENNE, Annette FEUILLADE-MASSON, Jeanne FILLOUX, Jean-Jacques FOURNIE, Maud FOURRIER, Martine FRANCOIS-ROUGIER, Fabienne GODICHAUD, Isabelle LAGRANGE, André LANDREAU, Elisabeth LASBUGUES, Francis LAURENT, Michaël LAVILLE, Bertrand MAGNANON, Annie MARAIS, Jean-Luc MARTIAL, Thierry MOTEAU, François NEBOUT, Catherine PEREZ, Dominique PEREZ, Yannick PERONNET, Marie-Hélène PIERRE, Jean-Philippe POUSSET, Bruno PROUX, Christophe RAMBLIERE, Jean REVEREAULT, Mireille RIOU, Bernard RIVALLEAU, Gérard ROY, Zahra SEMANE, Alain THOMAS, Jean-Luc VALANTIN, Roland VEAUX, Philippe VERGNAUD, Anne-Laure WILLAUMEZ-GUILLEMETEAU, Pierre LEGER

Ont donné pouvoir :

Anne-Marie BERNAZEAU à Fabienne GODICHAUD, Jacky BOUCHAUD à Jean-François DAURE, Michel BUISSON à Christophe RAMBLIERE, Georges DUMET à Thierry MOTEAU, François ELIE à Patrick BOURGOIN, Joël GUITTON à Anne-Laure WILLAUMEZ-GUILLEMETEAU, Philippe LAVAUD à Catherine PEREZ, Pascal MONIER à Philippe VERGNAUD, Vincent YOU à Jean-Philippe POUSSET

Suppléant(s) :

Thierry HUREAU par Pierre LEGER

Excusé(s) :

Michel ANDRIEUX, Véronique ARLOT, Anne-Marie BERNAZEAU, Jacky BOUCHAUD, Michel BUISSON, Bernard CONTAMINE, Françoise COUTANT, Georges DUMET, François ELIE, Michel GERMANEAU, Joël GUITTON, Philippe LAVAUD, Pascal MONIER, Eric SAVIN, Vincent YOU

CONSEIL COMMUNAUTAIRE DU 28 JUIN 2018

**DELIBERATION
N° 2018.06.248**

TOURISME ET PATRIMOINE

Rapporteur : Madame PIERRE

**OFFICE DE TOURISME DU PAYS D'ANGOULEME (OTPA) : CONVENTION CADRE
PLURIANNUELLE 2018-2020**

La relation entre GrandAngoulême et l'Office de Tourisme du Pays d'Angoulême (OTPA) repose sur une convention d'objectifs cadre qui définit les principales missions qui sont confiés à l'OTPA.

Ce partenariat repose sur le projet et les objectifs à atteindre sur la période 2018-2020. Elle précise les modalités générales du partenariat pour les trois prochaines années et les engagements réciproques de GrandAngoulême et de l'OTPA.

Chaque année, une convention d'objectifs est définie. Elle précise les modalités générales pour l'attribution de la subvention et le plan d'actions annuel.

La présente convention est signée pour une durée de trois ans, renouvelable expressément deux mois avant échéance en accord avec les deux parties.

Les annexes définissant les actions à mener par l'OTPA (conventions annuelles générales), sont quant à elles, définies chaque année par l'Office en collaboration avec GrandAngoulême.

Vu l'avis favorable de la commission attractivité, économie et emploi du 20 juin 2018,

Je vous propose :

D'APPROUVER la convention cadre avec l'Office de Tourisme du Pays d'Angoulême pour la période 2018-2020.

D'AUTORISER Monsieur le Président ou toute personne dûment habilitée, à signer la convention et tous documents à intervenir.

**APRES EN AVOIR DELIBERE,
LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE
A L'UNANIMITE DES SUFFRAGES EXPRIMES,
ADOpte LA DELIBERATION PROPOSEE.**

Certifié exécutoire :

Reçu à la Préfecture de la Charente le :

02 juillet 2018

Affiché le :

03 juillet 2018

**PARTENARIAT ENTRE L'OFFICE DE TOURISME DU PAYS D'ANGOULEME
ET GRANDANGOULEME**

CONVENTION D'OBJECTIFS CADRE 2018-2020

Entre

La Communauté d'agglomération de GrandAngoulême, dont le siège est situé 25 boulevard Besson Bey, 16023 ANGOULEME Cedex
Ci-après dénommée « GrandAngoulême »

Représentée par son Président, Monsieur Jean François DAURÉ, autorisé par délibération n°2018.06.xxx du conseil communautaire du 28 juin 2018.

Et

L'Office de Tourisme du Pays d'Angoulême, dont le siège est situé 7, bis rue du chat, 16007 ANGOULEME Cedex
Ci-après dénommée « OTPA »
Représenté par son Président, Monsieur Guy ETIENNE

Rappel sur l'organisation des conventions d'objectifs :

1 – Une convention d'objectifs cadre

Elle définit :

- les principales missions qui sont confiés à l'OTPA dans le cadre de ce partenariat,
- le projet et les objectifs à atteindre sur la période 2018-2020,
- les modalités générales du partenariat pour les 3 prochaines années,
- les modalités générales pour l'attribution des subventions,
- les engagements de GrandAngoulême et de l'OTPA.

2 – Des conventions d'objectifs annuelles

Les conventions annexes sont définies chaque année. Elle précise :

- les actions qui devront être menées par l'OTPA, dans le cadre de ce partenariat, sur une année,
- les montants, l'affectation et les modalités de versement des différentes subventions,
- les critères d'évaluation pour les différentes actions.

...Les enjeux du tourisme en Pays d'Angoulême...

Les évolutions territoriales et de gouvernance des derniers mois (Nouvelle Région, nouvelle agglomération, regroupement d'ADT à l'Echelle des 2 Charentes...), les contraintes budgétaires et les aspirations des touristes ont amené l'OTPA à repenser son rôle et son niveau d'ambition.

Les travaux menés par notre tête de réseau national « Offices de Tourisme de France » ainsi que la MONA « Missions des Offices de Tourisme en Nouvelle-Aquitaine » démontrent le rôle moteur que doit avoir un Office de Tourisme dans l'accueil et la relation aux usagers (touristes, habitants...). L'E-tourisme, la commercialisation de l'offre et l'animation des réseaux sont autant de points sur lesquels notre stratégie doit s'appuyer.

GrandAngoulême bénéficie depuis peu d'une place centrale dans notre Nouvelle Région, accentuée par l'arrivée de la LGV.

Ces réalités obligent l'OTPA à porter une ambition forte pour la stratégie 2018-2020. Elle passe notamment par l'acquisition d'outils permettant d'optimiser les missions natives de l'OTPA pour accentuer la gestion des contenus et augmenter fortement notre capacité à passer d'une pratique d'information à une pratique de diffusion et de communication qui ne peut s'inscrire que dans une dimension Omnicanale et transversale.

Les enjeux sont forts et ces orientations stratégiques conditionnent l'atteinte de nos objectifs et répondent aux demandes de nos adhérents, de nos partenaires et des institutionnels... sans oublier notre cœur de cible : les touristes présents et potentiels.

...Les missions natives de l'OTPA...

ACCUEILLIR et GERER L'INFORMATION

- **Donner des conseils éclairés aux visiteurs et aux habitants**
- **Collecter, trier et hiérarchiser l'information touristique** : connaissance fine de l'offre du territoire, organisation de base de données ;
- **Accueillir physiquement, par téléphone, par correspondance, virtuellement et en mobilité** les visiteurs, mais aussi la population locale ;
- **Développer des outils de diffusion de l'information** (sites Internet, applications mobiles) pour faciliter le séjour à toutes ses étapes (avant, pendant et après) et pour mieux diffuser l'offre touristique et commerciale du territoire.

COORDONNER

- **Jouer un rôle d'apporteur d'affaires pour les professionnels du tourisme** par le renvoi quotidien de consommateur (hébergement, restauration, commerce, loisirs, culture) ;
- **Fédérer les professionnels** autour d'une identité de territoire et un récit de destination ;
- **Accompagner les professionnels** pour améliorer leurs performances (animation numérique de territoire, journées d'information, classements...)
- **Contribuer à qualifier l'offre** (incitation au classement et à la qualification, à la labellisation ;
- **Impliquer les habitants** dans la stratégie touristique du territoire (réseau de greeters, carte d'ambassadeurs, rencontres habitants/visiteurs).

PROMOUVOIR

- **Assurer la promotion touristique du territoire et de la destination** en ligne, dans des salons, par des "eductour", des voyages de presse (en partenariat avec les ADT et CRT) ;
- **Valoriser la destination et l'offre du territoire** par l'édition de guides, de brochures, par la diffusion de newsletters, d'emailing... pour capter des clientèles ;
- **Concevoir et lancer des campagnes de communication** à différentes échelles et différents supports en fonction des territoires ;
- **Développer des stratégies sur les réseaux sociaux** ;
- **Suivre l'e-réputation** de la destination et le référencement sur les moteurs de recherche.

COMMERCIALISER

- **Service groupes : l'Office est immatriculé auprès d'Atout France**
- **Concevoir des produits touristiques** en relation avec les professionnels du territoire (citypass, séjours packagés pour individuels ou groupes) ;
- **Développer une boutique** pour valoriser la production locale (artisanat, gastronomie, souvenirs...)
- **Gérer une billetterie** pour les visiteurs et la population locale (festivals, visites ...).

DEVELOPPER

- **Organiser des congrès et des séminaires professionnels** et rechercher des clientèles d'affaires.

...LES OBJECTIFS STRATEGIQUES DE L'OTPASUR LA PERIODE 2018-2020...

Stratégiques

Passer de l'information à la communication de « marque » avec des objectifs de conquête et de séduction de la cible ;

Développer l'axe stratégique Angoulême-Bordeaux ;

Favoriser la mutualisation des contenus et la participation des touristes/utilisateurs sur le modèle participatif web 3.0, notamment sur le DigitalIntégrer la dimension économique (site marchand) et segmenter + les cibles (familles, tourisme d'affaires...);

Favoriser la visibilité des équipements structurants maillant le territoire.

Opérationnels

Développer et mettre en œuvre un système d'information, de communication omnicanale et de gestion de la relation usagers permettant d'atteindre les objectifs stratégiques ci-dessus.

Optimisation de la gestion des flux d'informations ;

Investir l'ensemble des canaux de communication sans démultiplier les outils et les saisies correspondantes.

Intégrer une pratique dite de source de données unique (Single-sourcing) permettant la qualification, la structuration et la diffusion des informations de manière automatisée et participative avec plus d'efficacité en termes de réactivité et de ciblage tout en se concentrant sur le cœur de métier.

Personnaliser les flux d'informations selon les profils utilisateurs et visiteurs ;

Intégrer les retours utilisateurs comme source de données qualifiée et des modèles participatifs du provenant de la culture DIGITAL et du Web.

Le développement d'un CRM/Système d'informations « Métiers » est un projet majeur qui permettra à terme de répondre aux objectifs stratégiques et à l'ensemble des pratiques métiers que nous devons adapter pour répondre aux enjeux qui sont devant nous.

...Les objectifs opérationnels atteignables grâce à ce noyau/système :

COMMUNICATION MÉDIA

DIGITAL

A - Réseaux sociaux : Passer de la diffusion à l'animation de la communauté

Facebook / Instagram/ Twitter/YouTube

Ce changement de paradigme dans notre pratique va permettre d'animer une communauté importante pour accentuer son engagement et bénéficier de la viralité qui en découle. Le passage à l'utilisation d'outils de publication et de gestion « multi-comptes, programmable et structurable » dans une organisation collective va permettre d'atteindre nos objectifs.

Veille active

Utilisation des réseaux sociaux avec des outils de veille. Capter sur des requêtes clés, les flux d'informations et intervenir auprès de la communauté (commentaires, partages, interactions). Suivi des échanges sur les réseaux sociaux sur la thématique du tourisme à des fins stratégiques et prospectives.

B-INTERNET ET MOBILITE

Internet : Refonte du site Internet

Image : conserver l'image et la présence de l'OTPA en tant qu'opérateur touristique,

Réactivité : pouvoir générer des Template et espaces thématiques à la volée pour répondre aux attentes

Mutualisation : proposer aux partenaires des flux XML pour propagation des messages.

Promouvoir : intégrer des modules marchands pour la partie boutique pour permettre d'aller vers une offre marchande à destination des adhérents et ouvrant des perspectives d'autofinancement.

Intégrer l'ensemble des passerelles avec les réseaux sociaux : Accentuer la « communication » entre les différents supports du DIGITAL.

Mobilité : Génération d'applications mobiles thématiques selon besoin. Intégration de Géolocalisation et de la cartographie.

COMMUNICATION HORS-MEDIA

Intégrer une logique de communication de « marque ». Le passage de l'information à la communication passe par un positionnement de marque avec des objectifs et des cibles. Cette stratégie de séduction de la cible permet de capter les touristes et touristes potentiels avec des sensations et des émotions. L'information est alors sublimée, elle prend du volume et des formes pour devenir vivante et attirante. Cette démarche ne remet pas en question la qualité de l'information elle « emballe » le message pour le rendre plus conforme à nos objectifs.

Les supports médias et hors média, d'une manière générale, font l'objet d'une refonte qui s'inscrit dans cette stratégie de marque qui permet de « monter en gamme » et de mieux valoriser le territoire.

ANIMATIONS

S'appuyer sur les événements du territoire pour « animer les réseaux sociaux » et proposer des animations. La co-construction avec les opérateurs est recherchée.

HABITANTS/PARTENAIRES

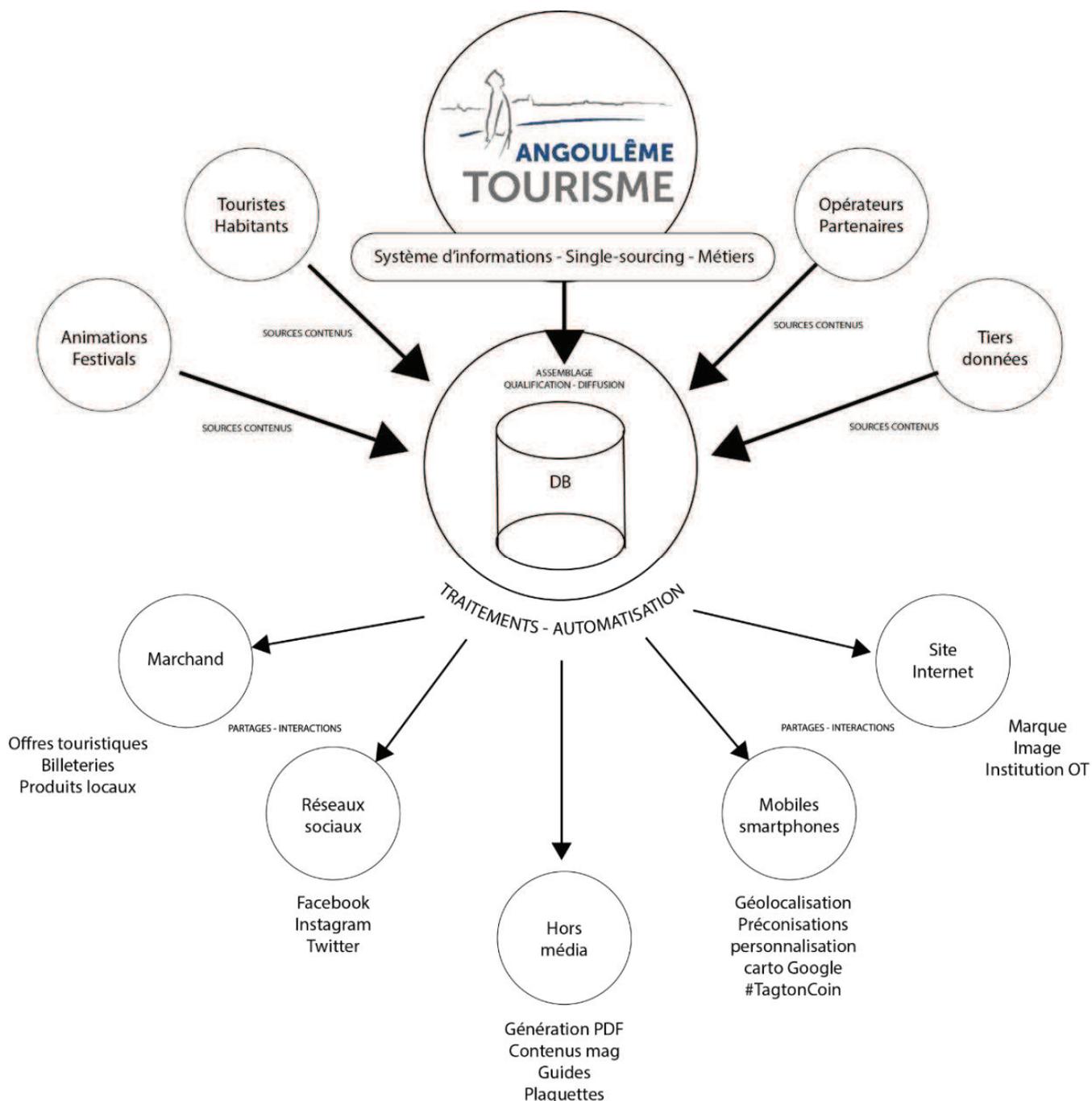
Intégrer les ambassadeurs habitants sur un modèle participatif avec, notamment sur le digital (réseaux sociaux et mobilité), la mise en place des interactions adaptées (géolocalisation, avis, partage...). *Initier et activer* les « Ambassadeurs habitants » en leur donnant une place moderne grâce à cette co-construction des contenus.

ACCUEIL SUR SITE

Continuer à assurer – conformément aux missions de l'OTPA – un accueil physique de qualité. L'accueil et le conseil à des personnes physiques restent des missions phares qui s'inscrivent dans la tradition d'accueil des visiteurs et touristes. L'Office de Tourisme est un point de repère pour un visiteur et répond à une charte d'accueil liée à la pratique de nos métiers et d'un véritable savoir-faire et savoir-être.

D'un point de vue schématique

LES OBJECTIFS STRATEGIQUES DE L'OTPA SUR LA PERIODE 2018-2020 S'APPUIENT SUR L'EVOLUTION DES NOS OUTILS



Ce saut technologique correspond à une réalité rencontrée par tous les professionnels du Tourisme. Le numérique et l'usage du DIGITAL par nos cibles invitent l'OTPA à s'adapter selon le principe de réalité. C'est sur cet engagement stratégique que le territoire peut nous soutenir au titre de l'innovation et porter avec nous cette ambition.

Mise en place d'indicateurs de suivi pour mesure de performance sur objectifs :

Le nombre d'adhérents, le nombre de visiteurs, l'audience du site internet, le suivi et l'engagement sur les réseaux sociaux.

Engagements de l'Office de Tourisme du Pays d'Angoulême

1/ L'OTPA remettra chaque année un rapport d'activités établi sur les objectifs fixés par la présente convention et permettant d'en évaluer le respect.

Dans le courant de l'année 2020, avant l'été, l'OTPA proposera à GrandAngoulême d'organiser une réunion pour établir le bilan global de l'action menée sur ces 3 années.

2/ L'OTPA s'engage à citer GrandAngoulême comme partenaire lors de tous ses entretiens ou présentations avec la presse écrite, audiovisuelle et radiophonique ainsi qu'auprès des prestataires locaux intéressés par le tourisme.

3/ L'OTPA fournira pour chaque année, un bilan financier (compte de résultat et bilan), ainsi que les différents rapports produits par le Commissaire aux Comptes.

4/ L'OTPA s'engage à développer un autofinancement et à utiliser le budget attribué par les collectivités membres conformément à la présente convention. Ainsi, le budget ne peut être réaffecté à d'autres objectifs qu'avec l'accord de toutes les parties.

Engagements de GrandAngoulême

1/ GrandAngoulême s'engage à contribuer au fonctionnement de l'OTPA pour un montant de subvention annuelle qui aura été fixé en fonction des objectifs ou projets conjointement définis.

Lors du vote de chaque budget primitif de GrandAngoulême, un montant de subvention sera défini, il sera fonction des projets qui seront menés chaque année. Les modalités de versement et les montants de subvention seront précisés dans la convention d'objectifs annuelle.

2/ Des crédits complémentaires pourront être prévus pour toute autre action précise confiée à l'OTPA en cours d'année. Ils feront l'objet d'avenants à cette convention, stipulant, d'une part, la nature et la durée de l'action à accomplir et d'autre part, le montant des crédits alloués.

Modification de la convention

La présente convention pourra être modifiée en accord avec les parties signataires.

Durée de la convention

La présente convention est signée pour une durée de trois ans, renouvelable expressément 2 mois avant échéance en accord entre les deux parties.

Les annexes définissant les actions à mener par l'OTPA (conventions annuelles générales), seront quant à elles, définies chaque année par l'OTPA en collaboration avec GrandAngoulême.

Fait à Angoulême, le

Pour GrandAngoulême
Le Président,

Pour l'Office de Tourisme du Pays d'Angoulême
Le Président,

Jean François DAURÉ

Guy ETIENNE

Annexe technique Système métiers

COMMUNICATION MEDIA

DIGITAL

A - Réseaux sociaux

Passer de la diffusion à l'animation de la communauté en s'appuyant sur la communauté existante, en automatisant certaines actions et en travaillant sur la professionnalisation éditoriale.

Mise en place d'outils de gestion multi-compte, story-telling sur les événements, définition d'indicateurs et mesure de la performance.

Facebook : passage de la diffusion à l'animation (story-telling,)

Instagram : Picture marketing (promotion du territoire par l'image).

Intégration d'une photothèque permettant, le tri, la qualification et la diffusion des images omnicanale. Twitter/YouTube.

Ce changement de paradigme dans notre pratique va permettre d'animer une communauté importante pour accentuer son engagement et bénéficier de la viralité qui en découle. Chaque personne qui s'engage sur nos « publications » (j'aime, suivre, commentaires...) démultiplie très fortement la diffusion du message. C'est le principe même des réseaux sociaux. Grâce à une communauté importante, nous pouvons aujourd'hui passer sur cette phase d'animation pour rechercher cet engagement. Le passage à l'utilisation d'outils de publication et de gestion « multi-comptes, programmable et structurable » dans une organisation collective va permettre d'atteindre nos objectifs.

Veille active

Utilisation des réseaux sociaux avec des outils de veille. Capter sur des requêtes clés, les flux d'informations et intervenir auprès de la communauté (commentaires, partages, interactions). Suivi des échanges sur les réseaux sociaux sur la thématique du tourisme à des fins stratégiques et prospectives.

Des outils de veille comme Lira, HootSuite ou encore TweetDeck permettent d'écouter les réseaux sociaux. A partir de mots clés ou de requêtes spécifiques, l'OTPA peut recevoir des alertes automatiques et interagir avec les usagers des réseaux sociaux. Il s'agit ici d'avoir une présence forte sur les réseaux sociaux et de tenir son rôle « d'influenceur » sur les thématiques dont nous avons la charge.

B-INTERNET ET MOBILITE

Internet - Refonte du site Internet avec comme fil conducteur :

Image : conserver l'image et la présence de l'OTPA en tant qu'opérateur touristique,

Réactivité : pouvoir générer des Template et espaces thématiques à la volée pour répondre aux attentes événementielles et temporelles. Sorte de mini-site activable à la volée selon l'actualité et les événements permettant de cibler précisément et d'activer des process de référencement notamment dans Google.

Mutualisation : proposer aux partenaires des flux XML pour propagation des messages. Permettre à nos partenaires (opérateurs, institutions, communes...), de disposer de flux de données spécifiques intégrables dans leur site Internet. >

Promouvoir : intégrer des modules marchands pour la partie boutique pour permettre d'aller vers une offre marchande à destination des adhérents et ouvrant des perspectives d'autofinancement. >

Intégrer l'ensemble des passerelles avec les réseaux sociaux, responsive, Open Graph... Accentuer la « communication » entre les différents supports du DIGITAL.

Les comptes de réseaux peuvent – tout ou partie – intégrer des flux provenant du site et inversement. La réécriture des contenus du site dans les contraintes des réseaux sociaux permet d'adapter les contenus aux médias et donc d'être plus impactant (Open Graph – Réécriture à la volée selon destinations – Partage maîtrisé des contenus sur la forme).

Mobilité

Génération d'applications mobiles thématiques selon besoin. Intégration de Géolocalisation et de la cartographie

PROJET