

## **DOCUMENT PROJET – Tourisme**

# **Convention d'objectifs et de moyens Entre La commune d'Albi et l'Office de tourisme d'Albi 2022**

### Références :

- Code général des collectivités territoriales
- Loi n° 92-1341 du 23 décembre 1992, modifiée par la loi du 13 août 2004 n° 92-1341, relative à la répartition des compétences dans le domaine du tourisme, et conformément aux conditions prévues par les articles L 133-1 à L 133-3 du code du tourisme
- Loi n°2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations – article 10.
- Décret n°2001-495 du 6 juin 2001 pris pour l'application de l'article 10 de la Loi n°2000-321 du 12 avril 2000 relatif à la transparence financière des aides octroyées par les personnes publiques.
- Circulaire du Premier ministre N°5811 - SG du 29 septembre 2015 relative aux nouvelles relations entre les pouvoirs publics et les associations
- Commission Attractivité du XXX
- Délibération N° XXX - Office de tourisme : Convention d'objectifs et de moyens entre la commune d'Albi et l'office de tourisme d'Albi pour l'année 2022 de la séance du conseil municipal du 15 novembre 2021

### **Conclue entre :**

- la commune d'Albi représentée par son maire, Stéphanie Guiraud-Chaumeil, dûment mandatée par délibération du conseil municipal du 15 novembre 2021 d'une part, dénommée dans la présente convention « la commune d'Albi »,

Et

- l'association loi 1901 office de tourisme d'Albi, déclarée à la Préfecture du Tarn sous le numéro 21 – W811000.538 domiciliée Palais de la Berbie, place Sainte-Cécile 81000 Albi, représentée par sa présidente Isabelle MARTIAL, dûment habilitée par le conseil d'administration de l'office de tourisme à signer cette convention, lors de sa réunion du 23/09/2020 d'autre part, dénommée dans présente convention « l'office du tourisme »

## SOMMAIRE

Préambule.....	3
Objet.....	5
- Chapitre I - Missions principales.....	7
Article 1 - Accueil des visiteurs.....	7
Article 2 - Information des touristes.....	9
Article 3 – Promotion de la destination.....	11
Article 4 – Coordination des acteurs et partenaires du développement touristique.....	16
- Chapitre II- Missions complémentaires.....	18
Article 5 – Les activités commerciales.....	18
Article 6 – Albi Destination Affaires.....	19
Article 7 - Animations touristiques.....	19
Article 8 – Observatoire et veille touristique.....	20
Article 9 – Missions spécifiques et missions pour le compte de tiers.....	21
- Chapitre III -Conditions d'exercice des missions.....	22
Article 10 – Coordination commune d'Albi / office de tourisme d'Albi.....	22
Article 11 – Moyens humains mis à disposition de l'office de tourisme.....	22
Article 12 – Moyens matériels et d'organisation mis à disposition de l'office de tourisme	23
Article 13 – Financement des missions principales déléguées et modalités de versement des subventions.....	24
Article 14 – Financement des missions complémentaires déléguées.....	25
- Chapitre IV – Contrôle, durée, dénonciation -.....	26
Article 15 – Contrôle et suivi.....	26
Article 16 - Contrôles extérieurs.....	26
Article 17 – Durée.....	26
Article 18 – Révision et dénonciation.....	26

## Préambule

Par délibération en date du 19 décembre 2016, la commune d'Albi a souhaité conserver la compétence en matière de « promotion du tourisme, dont la création d'office de tourisme au-delà du 31 décembre 2016 en application des dispositions de l'article 69 de la Loi N°2016-1888 du 28 décembre 2016 de modernisation, de développement et de promotion des territoires de montagne, qui complète les articles L5214-16 et L5216-5 du Code de l'urbanisme.

La commune d'Albi a pu bénéficier de ce dispositif dérogatoire en raison de la démarche qu'elle a engagée en vue du classement en station classée de tourisme, indissociable du classement de l'office de tourisme en catégorie I. A ce titre le conseil municipal en sa séance du 19 décembre 2016 a approuvé la demande de classement en Catégorie I auprès de la Préfecture du Tarn, effectuée par l'office de tourisme après approbation par son conseil d'administration le 8 décembre 2016, validée par décret du 29/06/2018, pour une durée de 5 ans.

En référence à la loi n° 92-1341 du 23 décembre 1992, modifiée par la loi du 13 août 2004 n°92-1341, relatives à la répartition des compétences dans le domaine du tourisme, la commune d'Albi a décidé de confier un certain nombre de missions à l'office de tourisme.

En outre, selon les conditions fixées par le code du tourisme article R 211-21, fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages et de séjours, l'office de tourisme d'Albi est autorisé sous l'immatriculation N° M081100010 délivrée par Atout France le 26 octobre 2010, renouvelée le 01 octobre 2019, à commercialiser des produits, forfaits et des prestations touristiques. Il souscrit à ce titre auprès de l'A.P.S.T (association professionnelle de solidarité tourisme) une garantie financière

L'office de tourisme constitue un partenaire majeur de la commune d'Albi et de ses adhérents dans le cadre de la stratégie d'attractivité mise œuvre depuis plusieurs années par la commune. Il œuvre en ce sens pour exercer ses missions régaliennes (extrait de l'article 2 des statuts) :

- l'accueil et l'information du public ;
- la promotion touristique de la ville d'Albi en cohérence avec le plan de gestion de la Cité épiscopale inscrite au patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO, la politique touristique de la Région Occitanie et du Département du Tarn ;
- la création et la mise en œuvre d'animations à destination du grand public et des enfants ;
- la coordination des divers partenaires du développement touristique local et l'appui aux porteurs de projets.

L'Office de Tourisme d'Albi 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 l'élaboration de nouveaux services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, d'études etc...

- être consulté pour les projets d'équipements touristiques sur la ville d'Albi. Il joue un rôle de conseil technique auprès de ses adhérents et de ses partenaires publics ou privés ;
- commercialiser des prestations de services touristiques, dans les conditions prévues par les articles L211-1 à L211-26 du code du tourisme modifié par ordonnance n°2017-1717 du 20 décembre 2017 fixant les conditions d'exercice des activités relatives à l'organisation et à la vente de voyages ou de séjours ;
- avoir une activité commerciale au sein de sa structure afin de développer ses recettes propres comme par exemple : boutique, billetterie, packs et services, accompagnements, formations etc...
- être amené à animer une démarche qualité quelle qu'elle soit sur son territoire de compétence afin de sensibiliser et d'aider tous les acteurs touristiques locaux volontaires à offrir un accueil de qualité aux touristes.

Albi, qui accueille près d'1,2 millions de visiteurs par an, constitue l'un des sites patrimoniaux, culturels et touristiques, emblématiques de l'Occitanie. Au cœur d'une agglomération dynamique de 82 652 habitants, la ville d'Albi, qui compte elle-même 51.199 habitants, attire chaque année une part très significative de visiteurs de nationalité étrangère.

Elle doit ce renom international à deux monuments emblématiques : la cathédrale Sainte-Cécile, plus grande cathédrale de brique au monde, et le Palais de la Berbie, ancienne résidence des évêques, devenu musée Toulouse-Lautrec, qui est aujourd'hui reconnu comme un équipement culturel majeur à caractère international en Occitanie.

Le 31 juillet 2010, le Comité du Patrimoine Mondial a reconnu la Valeur Universelle Exceptionnelle de la Cité épiscopale d'Albi et a décidé de son inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Composante du plan de gestion qui définit une stratégie globale de gestion de la Cité épiscopale, « le développement et la gestion du tourisme » découlent ainsi de la conduite d'une politique touristique raisonnée et durable, inscrite dans une démarche plus globale. Elle associe de manière transversale des approches : patrimoniale, urbaine, culturelle, économique, sociale et environnementale.

L'identité patrimoniale très marquée de la Cité épiscopale, sa notoriété pour le territoire d'Occitanie et les enjeux de gestion découlant du classement au Patrimoine Mondial expliquent également la particularité d'Albi parmi les Grands Sites de d'Occitanie dont le contrat de valorisation du Grand Site d'Albi - Vallée du Tarn a été signé le 17 décembre 2019.

Avec la construction du Grand Théâtre, Albi a achevé en 2014, l'aménagement d'un ensemble culturel, architectural et urbain qui marque l'entrée contemporaine d'un espace touristique élargi. C'est en effet grâce à sa dimension et à son succès touristique qu'une destination urbaine se révèle être attractive.

Le tourisme confirme l'intérêt de la qualité intrinsèque d'un territoire comme lieu de vie, comme bassin d'emploi avec une économie dynamique, dans laquelle le développement durable constitue un enjeu de progrès et de réussite lorsqu'il est intégré à toutes les composantes d'une destination.

L'office de tourisme, comme tous les acteurs de l'attractivité de notre ville, doit jouer un rôle majeur dans le cadre de cette démarche de constitution d'une offre culturelle, touristique et la contribution au développement du tourisme d'affaires en collaboration avec le service congrès et gestion des salles de la ville d'Albi.

Ainsi, il doit notamment contribuer à intensifier son action pour un meilleur accueil du public, proposer de nouveaux produits diversifiés, innovants et de qualité, prospecter de nouvelles clientèles et tester de nouveaux marchés.

À travers la mise en œuvre des missions qu'elle confie à l'office de tourisme, la commune, entend donc que l'office de tourisme s'inscrive dans cette même démarche de qualité, et soit en adéquation avec les opérations qualitatives qu'elle conduit elle-même : gestion de la Cité épiscopale classée au patrimoine mondial renouvellement urbain, développement durable, attractivité territoriale, etc.

## **Objet**

La présente convention a pour objet de définir, pour l'année 2022, le contenu des missions d'accueil et d'information, de promotion touristique de la commune et de coordination des interventions des divers partenaires du développement touristique local que la commune d'Albi confie à l'office de tourisme conformément à l'article L133-3 du Code du tourisme modifié par la LOI N° 2009-888 du 22 juillet 2009 – article 6, ainsi que les moyens qui lui seront affectés pour mener à bien ces missions.

Elle vise enfin à autoriser l'office de tourisme à assurer des missions complémentaires notamment en matière d'élaboration et de commercialisation de prestations de services touristiques, d'animation, et d'observation touristique conformément aux alinéas 1 et 2 de l'article L133.3 du Code du tourisme.

A l'issue du schéma directeur se terminant en 2022, l'office de tourisme s'engage à en produire un nouveau pour la période de 2023 à 2025. Ce dernier sera présenté aux élus de la commune d'Albi ainsi qu'au Conseil d'Administration de l'Office de tourisme dans lequel siège un collège composé d'élus de la commune d'Albi.

Le schéma directeur sur la période en cours est annexé à la présente convention et fera office de référentiel pour le suivi des actions menées par l'office de tourisme dans le cadre de ses missions.

À la suite des États généraux albigeois, la commune d'Albi s'est engagée depuis mars 2011 dans la mise en œuvre d'une « Charte des valeurs albigeoises » au travers de principes et valeurs partagées par tous les Albigeois.

Il s'agit de constituer un modèle albigeois de développement que chacun peut traduire dans son domaine d'activité en initiatives, actions et engagements au travers notamment des notions d'authenticité, de qualité d'accueil et de services, de partage des valeurs de l'UNESCO, de respect des visiteurs.

L'office de tourisme, marqué qualité tourisme depuis le 01/12/2020, comme tous les acteurs de l'attractivité de notre ville, joue un rôle majeur dans le cadre de cette démarche à laquelle il a adhéré en tant qu'ambassadeur N°001 d'Albi, la Cité épiscopale.

En matière de qualité d'accueil l'office de tourisme, en tant qu'acteur du territoire albigeois, s'engage à :

- concevoir l'accueil comme le premier moment partagé avec nos visiteurs et y attacher l'exigence de qualité la plus élevée possible ;
- être ambassadeur du territoire albigeois afin de répondre aux souhaits et besoins des visiteurs qui se sentiront ainsi attendus et témoins d'une attention particulière pour qu'ils y vivent une remarquable expérience humaine ;
- proposer des services personnalisés, des produits, des organisations, des savoir-faire, des rapports humains de qualité : gentillesse, ouverture, écoute, disponibilité... ;
- proposer des biens et services d'une haute qualité afin de concourir à la valorisation de l'image du territoire et susciter une appréciation positive durable ;
- inscrire son action dans un cadre général de qualité et accepter que cette qualité puisse être évaluée, suivie.

Les missions exercées par l'office de tourisme d'Albi s'inscrivent dans le prolongement des états généraux albigeois.

Elles ont notamment pour objectifs d'améliorer de manière permanente l'accueil, et l'information des clientèles touristiques et des habitants, ainsi que la promotion touristique de la destination Albi ; afin d'accroître les retombées économiques directes et indirectes liées à l'activité touristique d'agrément mais également au développement culturel et patrimonial d'Albi. Elle contribue de même, au développement du tourisme d'affaires en collaboration avec le service de Gestion des Salles et des Événements.

Au regard de la notoriété internationale d'Albi, de sa singularité et du développement de son attractivité, l'office de tourisme doit s'attacher à remplir ses missions et les faire évoluer pour satisfaire le degré de qualité attendu par les visiteurs de notre ville :

- amélioration de l'accueil et de l'information ,
- développement de l'animation ;
- développement du tourisme d'agrément (groupes et individuels)
- contribution au développement du tourisme d'affaires en collaboration avec GSE ;
- coordination des acteurs socio-professionnels albigeois ;
- développement de la stratégie de promotion digitale (site internet, réseaux sociaux...)
- développement de la promotion et de la commercialisation de la destination Albi à l'échelle régionale mais également au national et à l'international

## **Chapitre I - Missions principales**

### **Article 1 - Accueil des visiteurs**

L'accueil est la mission première de l'office de tourisme. Sa qualité étant un élément déterminant pour fidéliser la clientèle, l'office de tourisme sera tenu d'assurer la continuité d'un accueil professionnel qualitatif en s'attachant à conserver la marque qualité tourisme obtenue le 01/12/2020 pour les services accueil / promotion / communication / boutique.

Dans ce cadre, l'office de tourisme s'engage à :

- assurer toute l'année un service permanent de réponses aux demandes en vis-à-vis et à distance ;
- assurer un contact direct avec le client, en veillant à ce que le personnel soit accueillant, à l'écoute et s'attache d'écourter au maximum l'attente ;
- proposer un accueil téléphonique, en veillant à ce que la réponse soit rapide, concise et offre la même qualité d'accueil qu'en vis-à-vis ;
- assurer l'accueil des visiteurs en langues étrangères, en veillant à disposer d'un personnel au minimum bilingue, dont les langues parlées seront identifiables par un badge. Dans ce cadre, il pourra être fait appel à du personnel saisonnier d'origine étrangère afin de développer la capacité d'accueil dans la langue « maternelle » ;
- assurer l'accueil des personnes en situation de handicap ;
- diffuser l'ensemble des documents touristiques relatifs à la destination Albi;
- proposer un agencement de l'espace d'accueil des visiteurs qui soit pratique, fonctionnel, convivial, et adaptable aux comportements des clientèles ou situations particulières ;
- répondre aux demandes de documentations et d'informations par téléphone, courrier ou par mail, messageries interactives qui seront traitées dans un délai de 48h en y joignant une lettre ou une carte d'accompagnement ;
- mettre en œuvre tous les moyens permettant d'assurer la satisfaction générale des clients,

Les réclamations, remarques et suggestions formulées à l'accueil sont consignées dans un cahier dédié. Celles formulées sur internet sont traitées en direct sur les réseaux sociaux.

L'office de tourisme assurera la gestion et le suivi de ces réclamations en les transmettant aux prestataires, organismes tiers ou institutions.

Dans le cas où les services de la commune d'Albi seraient concernés, ces derniers en assureront directement le suivi en mettant l'office de tourisme en copie des échanges avec le « plaignant ».

Le classement de l'office de tourisme d'Albi en catégorie I exige également de répondre à différents critères en termes de services, de missions, de volumes et d'espaces d'accueil, d'accès à l'information, de capacité technique et commerciale.

Conformément à l'arrêté du 16 avril 2019 fixant les critères de classement des offices de tourisme, l'office de tourisme d'Albi s'engage à mettre en œuvre l'ensemble des services et prestations conformes aux critères de classement de la catégorie I :

- Offrir un service et une image cohérents avec la dimension touristique de la ville et celle de destination urbaine à haut potentiel ;
- Permettre aux habitants et aux visiteurs de préparer, réserver, réaliser leur séjour, et l'évaluer en toute liberté ;
- Faire de l'office de tourisme, un lieu de croisement entre professionnels, visiteurs et habitants, tous « connaisseurs » de leur territoire ;
- Être un lieu accessible pour tous les publics, connecté et vecteur d'animation et de valorisation économique du tourisme urbain et de l'attractivité du territoire
- Favoriser une gestion des flux efficace ;
- Optimiser et développer l'ensemble des missions et rendre les services Accueil-Information accessibles à tous les publics ;
- Pouvoir répondre à des demandes d'accueil personnalisé, développer une véritable démarche de conseillers en séjour ;(individuels / groupes, affaires/agrément) ;
- Développer une politique de notoriété, de promotion et de commercialisation de la destination
- Avoir un espace, suffisant, dédié à la promotion de territoires élargis (agglomération, département, région, métropole, Grands sites, Unesco...) ;
- Créer de véritables lieux professionnels pour recevoir les prestataires, les groupes, les professionnels du tourisme, les journalistes.

Dans ce cadre, l'office de tourisme constitue une structure de type entrepreneurial ayant vocation à fédérer les professionnels et à développer l'économie touristique dans sa zone géographique d'intervention laquelle supporte un flux touristique naturel important de provenance nationale et internationale. Son équipe polyglotte de 5 salariés minimum est nécessairement pilotée par un(e) directeur(trice) (critère cat. 1).

### **Les locaux de l'office de tourisme d'Albi**

Pour répondre aux attentes des visiteurs et des touristes, des prestataires et des habitants, les offices de tourisme urbains, doivent s'engager dans une démarche de modernisation et d'amélioration de leur fonctionnalité. Ils doivent être la vitrine destinée à mettre en valeur une politique touristique, vecteur non délocalisable de l'attractivité économique du territoire.



A cet effet, les instances dirigeantes de l'office de tourisme, en accord avec la commune, ont souhaité se doter d'un nouveau lieu d'accueil en 2018 correspondant à ces objectifs mais aussi à l'image attendue d'un site inscrit au Patrimoine mondial en ouvrant un espace d'accueil au 42 rue Mariès Albi.

Pour accompagner l'Office du tourisme dans cette importante transformation, la ville d'Albi a adopté une délibération le 03 juillet 2017 accordant des aides financières exceptionnelles, en complément à la subvention annuelle :

- la garantie à hauteur de 100% du prêt d'un montant de 170 000 euros remboursable sur 6 ans ;
- la subvention d'équipement pour le nouvel espace d'accueil pour un montant maximal de 147 250 euros dans le cadre du dossier de demande de subvention déposé par l'Office de tourisme auprès de la région Occitanie, du conseil départemental du Tarn et de la ville d'Albi ;
- la subvention complémentaire de 49 500 euros liée à l'avenant 1 à la convention d'objectifs et de moyens du 09 janvier 2017.

Il est un lieu d'animation et de valorisation du tourisme urbain et de l'attractivité du territoire et doit tout mettre en œuvre pour accroître les recettes propres liées à l'ensemble de ces activités tout en servant de vitrine à l'ensemble de l'offre touristique locale.

La localisation de l'office de tourisme au cœur de la Cité épiscopale, entre cathédrale Sainte-Cécile et palais de la Berbie, constitue un élément fort et chargé de symboles qui répond aux objectifs de qualité d'accueil, d'information des visiteurs et de commercialisation de prestations de services touristiques.

L'office de tourisme dispose également de locaux dans l'enceinte du palais de la Berbie. Il s'agit d'un bâtiment attenant au Palais de la Berbie qui abrite le Musée Toulouse-Lautrec, et propriété du Conseil Général du Tarn.

Ce bâtiment est aujourd'hui affecté à deux fonctions réparties entre le rez-de-chaussée et l'étage.

Le premier étage de ce bâtiment (155 m<sup>2</sup>) accessible par un escalier ou une rampe est actuellement occupé par la direction et les services supports de l'office de tourisme. Le musée Toulouse-Lautrec dispose du rez-de-chaussée (115 m<sup>2</sup>).

En contrepartie des missions qu'elle lui confie, la commune d'Albi supporte la charge locative du site du palais de la Berbie qui est actuellement valorisée à 12 300 € par an. Cette occupation est encadrée par une convention de mise à disposition de locaux en date du 15 février 2016.

Modalités d'ouverture de l'espace accueil :

L'office de tourisme est ouvert selon le planning suivant :

Janv / Fév / Mars / Nov / Déc : 10h -17h

Avril / Mai / Juin / Sept / Oct : 9h30 - 18h

Juillet / Août : 9h 18h30

L'accueil de l'office de tourisme est fermé les dimanches du 1<sup>er</sup> novembre au 31 mars. Toutefois et pour des raisons exceptionnelles (manifestations d'ampleur, besoins particuliers...) L'accueil de l'Office de Tourisme pourra exceptionnellement ouvrir l'un dimanche durant cette période.

Ce planning pourra être revu pour s'adapter à de nouveaux comportements touristiques ou contraintes exceptionnelles, sous réserve d'en informer la commune d'Albi en amont.

## **Article 2 - Information des touristes**

L'office de tourisme s'engage à assurer l'information des visiteurs dans les conditions suivantes :

- par consultation de son site Internet, ou des réseaux sociaux sur lesquels l'office de tourisme s'engage à garantir une mise à jour constante des données et à proposer un abonnement gratuit pour recevoir des informations régulières sur Albi
- par affichage extérieur d'une information minimale et mise à jour quotidiennement dans sa vitrine extérieure, ainsi que sur son site Internet ou tout autre équipement qu'il mettrait en œuvre (écrans, QR Code, borne informatique) ;
- par affichage et mise à disposition de documents dans le hall d'accueil ;
- par la mise en service d'un espace de consultation et de connexion numérique (borne wifi, écrans tactiles, application, I-pad) dans le cadre du projet d'extension et modernisation de ses locaux ;
- à l'accueil, par communication orale et la diffusion de documents ;
- par téléphone ;

En 2024, un effort particulier sera porté notamment sur le développement du site Internet de l'office de tourisme. Ce dernier s'engage en effet à développer un site Internet performant conforme au cahier des charges établi en concertation étroite avec les services de la commune d'Albi mais également avec les partenaires potentiels au travers de stratégies territoriales de promotion communes. Ce site Internet devra être traduit au minimum en 3 langues pointant sur les différentes clientèles ciblées.

L'office de tourisme pourra proposer en partenariat avec la Ville d'Albi de nouveaux services aux touristes et visiteurs de type applications pour téléphones mobiles : géolocalisation, informations touristiques, vie culturelle, vie commerciale (réservation hôtels, restaurants, commerces et services de tous types, etc. ...) et animations commerciales.

L'office de tourisme aura pour mission d'élargir la connaissance de l'offre touristique, patrimoniale et culturelle locale ainsi que des services qu'il met en œuvre auprès de l'ensemble des opérateurs et prestataires locaux.

L'office de tourisme s'engage à relayer les animations et événements de la ville quels que soient les supports ou les modes d'information et garantit le lien entre son site Internet et celui de la commune.

Des supports d'information et de promotion seront mis à disposition de l'office de tourisme par la commune d'Albi pour lui permettre d'assurer ses missions d'accueil et d'information. Il assurera la diffusion de tout nouveau document conformément aux demandes qui pourraient lui être formulées par la commune d'Albi.

L'office de tourisme veillera à la qualité et à l'actualité de l'information diffusée et s'assurera de la bonne connaissance de l'offre touristique de la ville et de ses environs par le personnel d'accueil (différents sites de visites, hébergements, etc.), afin d'orienter le visiteur et de répondre à son attente.

Il mettra à la disposition du public :

- des documents d'information générale sur la ville dans différentes langues ;
- des documents relatifs au département du Tarn et Grands sites d'Occitanie ;

L'office de tourisme sera chargé de concevoir, réaliser, éditer et diffuser des documents d'accueil et d'information sur l'offre touristique locale (dépliants, flyers, plans ou dossiers de présentation de la ville) et des supports marketing de produits de séjour. Il est convenu, qu'il tiendra la Ville informée en amont de la conception.

Si l'office de tourisme ou la commune souhaitent éditer de nouveaux documents, ils seraient tenus dans un souci de cohérence avec l'existant, de respecter les principes de la charte graphique commune.

Il fera son affaire de la gestion des stocks et veillera à toujours être en mesure de répondre aux demandes.

L'office de tourisme fera son affaire de l'actualisation de ces documents avant toute réimpression. Il supportera les frais financiers liés à la conception, à la réalisation, à l'impression et à la mise à disposition du public de ces documents.

La commune d'Albi remettra à l'office de tourisme les stocks de documents édités par ses soins lui permettant d'assurer la promotion du patrimoine, des animations... pour la saison 2022 (guide des animations estivales et Noël, Cité épiscopale, etc ...).

### **Article 3 – Promotion de la destination**

L'office de tourisme a pour mission de définir une politique locale de marketing et de communication touristique qui se concrétise par un plan d'actions annuel visant à renforcer l'identité et l'image de la destination Albi.

Le plan marketing et communication sera communiqué à la commune d'Albi au cours du mois de janvier pour l'année à venir.

Pour ce faire son équipe se compose de collaborateurs spécialisés selon les axes de développement de la structure et du territoire. Elle déploie des actions de promotion à vocation nationale et internationale. La structure propose des services variés de nature à générer des ressources propres et à justifier une politique commerciale déterminée. Le recours aux technologies de l'information est maîtrisé au sein de la structure.

Elle développe une politique de promotion ciblée et met en œuvre des outils d'écoute de la clientèle de nature à améliorer la qualité des services rendus et de ceux de ses partenaires œuvrant dans sa zone géographique d'intervention. Il inscrit ses actions dans une démarche promouvant la qualité dans le but d'améliorer ses prestations de service et sa performance globale.

L'office de tourisme s'engage à adhérer à ATOUT FRANCE afin de bénéficier de toute la stratégie promotion France du GIE (salons professionnels, workshops, accueils de presse, eductours, communication digitale, formations...).

### **3.1 - Stratégie de promotion en faveur de la destination Albi**

L'office de tourisme s'engage à inscrire ses actions en articulation avec les objectifs définis dans les schémas directeurs 2018/2022 & 2023/2025.

A ce titre, l'office de tourisme présentera chaque année un programme qui sera annexé à la présente convention. Il précisera toutes les actions qui seront mises en œuvre pour faire connaître Albi et développer son attractivité touristique, patrimoniale et culturelle.

L'office de tourisme élaborera ce programme en cohérence avec les plans marketing de ses partenaires institutionnels et en cohérence avec la communication de la commune d'Albi.

Il précisera également dans ce programme les réseaux, associations auxquels il souhaite adhérer ou salons auxquels il compte participer.

Le programme devra s'appuyer chaque année sur les nouveaux facteurs d'attractivité de la ville, qu'ils proviennent d'aménagements, d'équipements ou plus particulièrement des grands événements culturels ou sportifs de l'année.

Pour la durée de la présente convention, les actions de promotion de l'office de tourisme consisteront à :

#### **3.1.1 Développer une stratégie touristique pour Albi et son territoire.**

Définir un positionnement et affirmer la marque Albi en tant que destination touristique urbaine et patrimoniale ;

S'inscrire dans des territoires, ouverts, à géométries variables ;

Développer la fréquentation des sites et hébergements en week-end, ailes de saison, lors d'événements festifs et/ou culturels et patrimoniaux ;

Accroître les retombées économiques sur l'ensemble des prestataires albigeois, et Grand-Albigeois.

### **3.1.2 Prendre en compte les marchés et filières dominantes**

- le tourisme patrimonial, culturel, d'art et d'histoire ;
- le tourisme événementiel et grand public ;
- le patrimoine immatériel.

### **3.1.3 Identifier des cibles, des profils, des pratiques en réponse aux attentes des clientèles et favoriser ainsi l'allongement du séjour à Albi**

- les clientèles individuelles adultes, en couple ;
- les clientèles familiales ;
- les groupes d'agrément ;
- les personnes en situation de handicap ;
- les clientèles jeunes, scolaires et universitaires.

### **3.1.4 Développer des marchés géographiques prioritaires**

#### **- des destinations de proximité :**

Albi et Tarn ;

Toulouse et l'Occitanie en corrélation notamment avec les Grands sites d'Occitanie ;

Le grand sud, de Bordeaux à Marseille via Montpellier ;

La Catalogne.

#### **- des destinations européennes :**

L'Espagne ; Italie ; Bassin méditerranéen

Un arc européen Grande Bretagne – Benelux – Allemagne.

#### **- des destinations mondiales en partenariat avec des partenaires institutionnels et privés :**

Amérique du Nord : Etats-Unis, Canada ;

Japon, Corée du Sud ;

Pays émergents à fort potentiel, les BRICS et notamment Russie et Chine ;

Ces actions se feront auprès du grand public de manière ponctuelle. Elles se feront également auprès des professionnels et prescripteurs avec notamment la participation de l'office de tourisme à des salons professionnels et workshops.

### **3.1.5 Contribuer au positionnement de la destination Albi à des échelles et à des articulations à géométries variables.**

- **Valoriser la position d'Albi comme « porte d'entrée » patrimoniale, touristique et urbaine pour le département du Tarn avec notamment deux articulations fortes :**
  - le territoire aux portes d'Albi des vignobles et bastides ;
  - la dimension de destination de « campagne » du département du Tarn en lien avec le comité départemental de tourisme.
- **Valoriser et assurer la promotion du Grand Site Albi - Vallée du Tarn**

Le Grand Site Occitanie « Albi - Vallée du Tarn » a été constitué autour du cœur emblématique d'Albi, inscrit au patrimoine Mondial de l'UNESCO et de sa zone d'influence, la Vallée du Tarn au travers de la Communauté de Communes Val 81 et la Communauté de Communes des Monts d'Alban et du Villefranchois.

L'Office de Tourisme d'Albi et l'Office de Tourisme Vallée du Tarn et Monts de l'Albigeois ont vocation à coopérer sur la stratégie touristique et culturelle du Grand Site Occitanie « Albi – Vallée du Tarn », piloté par la Ville d'Albi, chef de file de la candidature.

Ces deux territoires voisins bénéficient d'une situation géographique commune et complémentaire avec un environnement urbain riche d'un patrimoine culturel reconnu et d'un espace naturel préservé, dans la Vallée du Tarn (pratique de la randonnée, faune et flore protégées, activité de loisirs de pleine nature).

Conformément au contrat cadre « Grands Sites Occitanie » une convention de partenariat a été établie entre l'Office de Tourisme d'Albi, dit « le référent », et l'Office de Tourisme Vallée du Tarn et Monts de l'Albigeois en qualité d'Office de Tourisme représentant la zone d'influence du GSO.

Ce partenariat vise à répondre, dans son périmètre d'intervention, aux principaux enjeux du GSO, à savoir :

- Améliorer la qualité d'accueil et des services aux touristes et aux habitants
- Renforcer l'attractivité du territoire pour devenir une destination reconnue
- Développer l'économie touristique sur le territoire.

Quatre axes opérationnels de coopération sont concernés :

- la promotion : promotion commune et partagée du GSO « Albi-Vallée du Tarn », (campagne de communication sur les réseaux sociaux, éductour pour les salariés et les prestataires, workshop, éditions...)
- la commercialisation : Montage de produits touristiques communs à destination des clientèles groupes et individuelles. Ces produits seront vendus par l'agence réceptive de l'Office de Tourisme d'Albi.
- La stratégie digitale : Les deux Offices de Tourisme s'engagent à proposer une stratégie de développement numérique afin de valoriser les visites et découvertes du GSO et de sa zone d'influence.

- Le développement : contribution réciproque des deux Offices de Tourisme à de nouveaux projets touristiques sur leurs territoires respectifs et suivant les sollicitations de leur collectivité de tutelle respective. Les deux offices de tourisme pourront aussi porter des projets de développement communs suivant les axes de développement validé par les instances respectives.

Le GSO a aussi pour mission de fédérer, sensibiliser et animer l'ensemble des prestataires locaux (hébergements, commerçants, lieux de visites...) en s'appuyant sur une démarche de qualité (accueil, prestations, heures et jours d'ouverture...) qui vise à renforcer le taux de satisfaction des clientèles.

Il s'inscrira en conséquence, dans le plan qualité sur l'offre d'hébergement touristique développé par la région Occitanie dans la cadre du plan régional de la marque Qualité Tourisme Sud de France.

A ce titre, une convention annuelle pourra être signée entre l'office de tourisme d'Albi et Tarn Réservation Tourisme pour optimiser la production et la commercialisation des produits touristiques sur Albi. En concertation, les deux structures s'engagent à vendre ces produits selon la technique « d'apporteur d'affaires ».

- **Valoriser la position d'Albi comme une porte d'entrée de la destination France pour le grand sud-ouest** en lien avec le classement au Patrimoine Mondial de l'UNESCO

Il s'agirait dans la mesure de ses moyens de participer à la mise en réseau avec des sites mondiaux en cohérence avec Albi autour de thèmes tels que : patrimoine, art et histoire, culture, gastronomie et œnologie, événementiels grand public, sport.

- **Valoriser la position d'Albi comme pôle significatif de la métropole toulousaine** en termes de patrimoine, de culture, de tourisme et de congrès, notamment auprès des professionnels du tourisme. L'office de tourisme d'Albi peut être conduit à travailler en collaboration avec l'Office de tourisme de Toulouse

### **3.2- Accueil professionnel et presse**

L'office de tourisme, en lien avec le CRT et le CDT et la stratégie de promotion et de communication de la commune d'Albi, s'engage à

- participer et à proposer des actions de démarchages et des accueils de professionnels (éductours) à destination des agents de voyages, tour-opérateurs et autocaristes des marchés prioritaires qui sont les principaux prescripteurs de la destination Albi ;
- participer et à réaliser des opérations spécifiques de promotion avec les médias (accueil et visites presse, mise à jour dossier de presse et tirage multilingue, etc. ...)

### **3- 3 - E-mailing**

L'office de tourisme mettra en œuvre une démarche promotionnelle définie comme suit :

- E-news-letters à destination des professionnels ;

- E-news-letters à destination du grand public, client de « destination Albi » ;
- E-news-letters boutique à destination du grand public et professionnels ;
- Alimentation régulière de tous les comptes réseaux sociaux (Facebook, Twitter, TikTok...)

## **Article 4 – Coordination des acteurs et partenaires du développement touristique**

La coordination des différents acteurs du développement touristique local est une des missions principales de l'office de tourisme.

Cette coordination peut se traduire par :

- Piloter des actions collectives (qualité, produits, observation, promotion, marketing, etc.) mesurer les attentes et évaluer les actions,
- Accompagner le développement numérique de ses partenaires (lisibilité de l'offre sur Internet, e-réputation, stratégie webmarketing...).
- Devenir fournisseur de « boîtes à outils » et centre de ressources pour ses professionnels (marketing, communication...),
- Favoriser la vente et la distribution des produits des prestataires
- Animer les réseaux de prestataires autour d'opérations de valorisation des savoir-faire et productions artisanales locales, d'actions d'amélioration des services aux clientèles, de stimulation de la lisibilité de l'offre touristique albigeoise (hôtelière, gastronomique, commerciale, culturelle, ludique, etc.) à travers l'animation numérique (visibilité sur le web, les réseaux sociaux) des acteurs et opérateurs du territoire.



## **Chapitre II- Missions complémentaires**

### **Article 5 – Les activités commerciales**

Dans le cadre de ses actions en faveur du développement de ses ressources propres et de son auto-financement, l'office de tourisme compte sur les recettes générées par son agence de voyages réceptive et sa boutique.

#### **5.1 – L'agence de voyage réceptive**

L'office de tourisme gère une agence de voyage réceptive, immatriculée auprès d'ATOUT FRANCE IM081100010, et exerce une activité de production et commercialisation de produits touristiques dans le cadre de la loi du 01 janvier 2005, article 211-1 à 211-7

Cette dernière permet tout à la fois de développer une offre touristique lisible, d'optimiser les retombées économiques liées au tourisme sur le territoire et à l'office de tourisme de générer des ressources propres.

La commercialisation de produits touristiques concerne 2 marchés principaux :

- Le marché du tourisme de groupes ;
- Le marché du tourisme individuel ;

#### **5.2– La boutique**

L'office de tourisme s'engage à proposer des produits et services en boutique véritable vitrine de savoir-faire et produits locaux. Ces partenaires sont libres de leur engagement. L'office de tourisme est encouragé à la développer.

Ainsi, l'office complétera ses missions par les services suivants, conformément aux conditions d'exercices fixées par la loi n°645 du 13 juillet 1992 :

- vente de timbres postaux ;
- vente de librairie (affiches, livres, objets divers, etc...) ;
- vente d'objets ou vêtements souvenirs ;
- vente de spectacles, « pass-découverte », carte « Albi-pass ». Dans ce cadre, l'office de tourisme s'engage notamment à développer une offre de séjour liée aux événements se tenant à Albi.

L'office de tourisme s'engage également à mettre en avant auprès du public et dans l'espace dont il peut disposer pour cette activité, une gamme de produits modernes et contemporains, à tonalité régionale, vitrine du savoir-faire et de la créativité locale.

- Produits issus du savoir-faire et de la créativité locale :

Par souci d'équité, les produits vendus à la boutique de l'Office de Tourisme et qui sont conçus localement ou qui se retrouvent également chez d'autres commerçants albigeois feront l'objet d'une convention de distribution précisant les conditions de vente de chaque

article. Ainsi, le prix public pratiqué à l'Office de tourisme ne pourra pas être inférieur à celui d'un autre commerce albigeois, à l'exception des périodes de soldes et des réductions appliquées en lien avec un programme de fidélité.

- Produits identitaires Albi : l'Office de tourisme pourra développer une gamme de produits originaux et propriétaires mettant de l'avant la marque Albi. Cette gamme de produit devra faire l'objet d'une réflexion approfondie pour permettre de se démarquer des autres destinations touristiques. La conception de ces produits originaux devra faire l'objet d'une consultation de la Ville d'Albi.

### **Article 6 - Albi destination d'affaires**

L'Office de tourisme, partenaire de la dynamique tourisme d'affaires, travaille en collaboration avec le service congrès et gestion des salles de la ville d'Albi ; et une note cadre en fixe les termes :

Axe 1 : Valorisation par le service congrès et gestion des salles Ville des produits commercialisés par l'Office de tourisme auprès des organisateurs

Axe 2 : Respect d'une procédure de commercialisation d'un produit/service Office de tourisme

Axe 3 : Coordination de l'hébergement hôtelier : gestion des VIP par le service GSE / gestion de l'hébergement clients par l'Office de tourisme

Axe 4 : Les salons : sélection des salons/workshops tourisme d'agrément suivant les marchés à développer – possibilité de prendre le relais sur des rendez-vous MICE en concertation avec la Ville.

Axe 5 : Mise à jour des référentiels et de la communication : le Service Gestion des Salles et événements et l'office de tourisme travaillent à l'harmonisation de la communication sur les supports de communication (manuel, sites internet).

### **Article 7 - Animations touristiques**

L'économie touristique nécessitant une adaptation permanente de l'offre pour répondre à une demande en perpétuelle mutation, l'office de tourisme élaborera chaque année un programme d'animations afin de répondre à l'évolution de cette demande, d'accroître l'activité touristique à Albi et de contribuer à l'augmentation du nombre et de la durée des séjours.

Il s'engage à :

- adapter les offres d'animation aux attentes de nos visiteurs ;
- participer à la mise en tourisme de la destination, par la création d'itinéraires de découverte patrimoniaux, historiques, culturels, de visites commentées génériques et thématiques, de visites audio-guidées, de visites avec dégustations, etc. pour des clientèles variées (groupes , individuels, jeunes publics, clientèle congrès et accompagnants, personnes à besoins spécifiques, ...) ;
- proposer de nouveaux thèmes de visites guidées toute l'année ;
- développer tout outil nouveau et innovant propre à permettre une découverte touristique d'Albi ;

- œuvrer à la promotion et à la mise en valeur du patrimoine local.

Une enveloppe financière prévisionnelle pourra être associée à ce programme et soumise à un arbitrage de la commune d'Albi dans le cadre de la préparation budgétaire.

## **Article 8 – Observatoire et veille touristique**

L'office de tourisme élaborera des tableaux de bord d'indicateurs, permettant d'assurer un suivi régulier et réactif de l'activité touristique albigeoise qu'elle partage avec ses partenaires institutionnels et privés.

Il recueillera les données utiles de fréquentation des différents sites et infrastructures du territoire dans le but de pouvoir établir mensuellement des statistiques précises et fiables, et ainsi d'observer l'évolution des flux, le niveau de satisfaction des clientèles et de mesurer l'impact économique du tourisme sur la consommation sur le territoire albigeois.

Ces tableaux de bord seront transmis au service commerce et tourisme de la commune d'Albi chaque début de mois.

Il s'agira de mesurer et de qualifier la fréquentation touristique locale à partir notamment des indicateurs suivants :

- fréquentation de l'office de tourisme ;
- fréquentation du site internet et des réseaux sociaux de l'office de tourisme ;
- nombre de contacts à l'accueil de l'office de tourisme ;
- nombre et origine des groupes guidés ;
- ventes et billetterie à la boutique ;
- vente séjours et produits touristiques (réceptif groupe/individuels) ;
- provenance des visiteurs ;
- enquête annuelle de satisfaction et analyse de la clientèle ;
- taux d'occupation des hôtels, chambres d'hôtes et camping ;
- entrées des principaux sites : cathédrale Sainte-Cécile, musée Toulouse-Lautrec, musée Lapérouse, musée de la Mode, collégiale Saint-Salvi, maison du Vieil Alby, gabarres, train touristique ;
- mise en place d'un dispositif d'évaluation et de suivi des retombées économiques

Ces indicateurs devront être actualisés de manière réactive. À l'occasion d'événements importants (festival, événements culturels ou sportifs), l'office du tourisme mesurera les retombées en termes de fréquentation au sein de l'office de tourisme et dans les principaux sites touristiques albigeois et les transmettra dans les huit jours suivant à la ville (service commerce et tourisme, direction des systèmes d'information).

Ils permettront également d'estimer l'impact de la fréquentation sur l'économie touristique locale à partir d'études renseignant notamment sur le montant du panier moyen, l'évolution

des pratiques touristiques (durée des séjours, profils de clientèle..., consommation touristique, etc.)

Outre ces tableaux de bord, l'office de tourisme s'engage à mettre à disposition de la commune d'Albi tous les indicateurs dont il est susceptible de disposer.

Ces informations seront disponibles sous format informatique afin d'être partagées avec la commune d'Albi (notamment Direction des Systèmes Informatiques) dans le cadre de la mise en place d'indicateurs touristiques et économiques par la commune d'Albi. Ces indicateurs pourront être journaliers, hebdomadaires, mensuels ou annuels en fonction du type d'information recherché.

L'office de tourisme s'engage à participer à l'initiative PILOT proposée par ADN Tourisme qui fournit des indicateurs comparatifs entre les offices de tourisme sur les budgets, ressources humaines et indice de touristicité.

### **Article 9 – Missions spécifiques et missions pour le compte de tiers**

Dans le cadre de conventions spécifiques, la commune d'Albi pourra déléguer à l'office de tourisme les missions complémentaires suivantes :

- l'organisation de fêtes, manifestations et opérations particulières ;
- l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs.

L'office de tourisme pourra assurer une prestation de services pour le compte de la communauté d'agglomération de l'Albigeois, après accord express de la commune d'Albi.

## **Chapitre III -Conditions d'exercice des missions**

### **Article 10 – Coordination commune d'Albi / office de tourisme d'Albi**

Les statuts de l'office du tourisme prévoient que le conseil d'administration comprend 21 à 25 membres répartis en 4 collèges parmi lesquels 7 représentants de la commune (le Maire et 6 adjoints ou conseillers municipaux), ainsi que 2 membres de droit représentant le musée Toulouse-Lautrec et la cathédrale Sainte-Cécile.

Une réunion entre la commune d'Albi, représentée par l'adjoint au maire délégué au tourisme, et l'office de tourisme, représenté par son président, se tiendra au moins une fois par mois, à l'initiative du président de l'office de tourisme, pour examiner et débattre des actions touristiques envisagées ou menées sur la commune d'Albi par l'office de tourisme, ainsi que des bilans touristiques et des conditions d'application de la présente convention.

Le Groupe Qualité Destination (GQD) relatif à la démarche qualité des services accueil / promotion / communication / boutique / AVR comprendra au minimum parmi ses membres l'adjoint au maire délégué au tourisme de la commune d'Albi ainsi que son référent administratif. Ce comité se réunira entre deux et quatre fois par an à l'initiative de l'office de tourisme afin d'analyser des services non-conformes (questionnaires de satisfaction, incidents, remarques, suggestions, réclamations) ainsi que d'autres indicateurs qualité (idées d'amélioration, revue des fiches de demandes d'informations non disponibles, etc.).

La coordination technique des relations entre la commune et l'office du tourisme se réalisera au niveau de la direction de l'office du tourisme et de son référent administratif au sein du service tourisme et commerce de la commune d'Albi.

De plus, ce référent participera, sur invitation de la présidente au conseil d'administration de l'office de tourisme.

L'office de tourisme veillera au maintien de l'immatriculation de commercialisation de prestations touristiques, dont il transmettra une copie à la commune d'Albi.

### **Article 11 – Moyens humains mis à disposition de l'office de tourisme**

L'office de tourisme d'Albi recrutera son personnel suivant les règles et les dispositions prévues par la convention collective nationale des organismes de tourisme. (IDCC 1909)

Le directeur(trice) est placé sous l'autorité de la présidente de l'office de tourisme d'Albi qui pourra lui confier par délégation la responsabilité de l'organisation du fonctionnement des services, la direction et la gestion des personnels ainsi que la mise en œuvre des décisions du bureau et du conseil d'administration.

La commune d'Albi apportera son soutien à l'office de tourisme en recrutant du personnels saisonnier du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août de chaque année afin de lui permettre de renforcer son dispositif d'accueil pendant la saison estivale en concertation avec l'office de tourisme.

L'office de tourisme devra assurer la formation de tous ces personnels aux missions qui lui seront confiées.

## **Article 12 – Moyens matériels et d'organisation mis à disposition de l'office de tourisme**

L'office de tourisme assurera sous sa seule responsabilité les conditions matérielles de son fonctionnement : aménagement des locaux, mobiliers, installation et maintenance des moyens de communication, des équipements et des applicatifs informatiques, installations techniques diverses.

Il pourra solliciter les conseils des services techniques dans des domaines comme l'informatique, la téléphonie ... Si des moyens techniques ou matériels étaient fournis ou mis à disposition par les services municipaux pour l'organisation ou l'animation d'événements spécifiques, ces prestations ou mises à disposition pourront faire l'objet d'une facturation.

### **12.1- Bâtiments principaux du 42, rue Mariès et du palais de la Berbie**

En ce qui concerne l'espace accueil de l'office de tourisme sis 42, rue Mariès, la commune d'Albi garantit en qualité de caution pendant toute la durée du prêt, l'emprunt souscrit par l'office de tourisme pour la cession du droit au bail et pour les travaux de réaménagement réalisés par l'office de tourisme, maître d'ouvrage selon les termes des délibérations du conseil municipal du 03 juillet 2017.

Les services de direction et supports de l'office de tourisme occupent le premier étage d'un bâtiment du palais de la Berbie, propriété du département du Tarn. L'office de tourisme supportera à ce titre l'ensemble des charges nécessaires au fonctionnement des installations, au maintien en état et à l'entretien du bâtiment du ressort du locataire.

### **12.2 - Signalisation**

La commune d'Albi assurera la mise en place, la maintenance et le renouvellement, s'il y a lieu, de la signalétique de l'office de tourisme sur les bâtiments qu'il occupe.

La commune d'Albi aura également la charge d'installer et d'entretenir la signalisation en lien avec les points d'intérêts touristiques (musées, sites patrimoniaux, attractions, hôtels et restaurants).

### **12.3 – Échanges de données**

La Ville d'Albi et l'Office de tourisme s'engagent à partager les données qui pourraient être utiles à la gestion de projets, à la reddition de compte ou à toute autre activité jugée pertinente par l'une ou l'autre des deux parties.

### **Article 13 – Financement des missions principales déléguées et modalités de versement des subventions**

Le décret n°2001-495 du 6 juin 2001 (article 1<sup>er</sup>) précise que l'obligation de conclure une convention s'applique aux subventions dont le montant annuel dépasse la somme de 23 000 €.

Les associations qui reçoivent une subvention annuelle supérieure à 153 000 € sont soumises à l'obligation de dépôt en préfecture de leur budget, de leurs comptes, du compte-rendu financier et de la convention de subvention (art.10 – 6<sup>ème</sup> alinéa de la loi du 12 avril 2000 et art.2 du décret du 6 juin 2001).

L'office du tourisme soumettra à l'approbation de la commune d'Albi, chaque année, avant le 15 septembre, son budget prévisionnel.

Il fournira tous les documents nécessaires à la vérification de la sincérité des dépenses et recettes prévisionnelles. Il remettra un rapport qui détaillera les conditions dans lesquelles il prévoit de réaliser les missions principales qui lui sont confiées et décrites aux articles 1, 2 et 3 ci-dessus.

Au regard des charges supplémentaires induites par le classement en catégorie I de l'office de tourisme, indissociable de la démarche de classement de la commune d'Albi en station classée de tourisme, et notamment celles induites par la prise à bail des locaux du 42, rue Mariès, et sous réserve du respect des obligations fixées par la présente convention ou liées au classement en catégorie I, la commune versera à l'office de tourisme :

- une subvention annuelle de fonctionnement dont le montant sera arrêté chaque année par la collectivité par délibération du conseil municipal à l'occasion du vote du budget, pour l'année 2022 ;
- une subvention annuelle d'investissement dont le montant sera arrêté chaque année par la collectivité par délibération du conseil municipal à l'occasion du vote du budget, pour l'année 2022 qui ne sera versée toutefois que sur présentation de la nature des investissements proposés lesquels pourront concerner les équipements et mobiliers ainsi que les aménagements des locaux ;
- En outre, la commune d'Albi supportera la charge locative du local d'accueil du palais de la Berbie.

Le versement de la subvention municipale s'effectuera mensuellement en fonction des besoins de trésorerie de l'office de tourisme, sur présentation d'un plan prévisionnel de trésorerie indiquant notamment les dépenses engagées et les recettes encaissées.

Le versement de la subvention prévue ne pourra être effectué qu'après transmission de la délibération du Conseil municipal approuvant la présente convention au contrôle de légalité, signature de la présente convention et sa transmission à la Préfecture du Tarn.

La subvention d'investissement, dès la présentation des factures correspondantes.

### **Comptes financiers**

Compte tenu du montant de la subvention (supérieure à 153 000 €) l'association est soumise aux dispositions de l'article L 612-4 du Code du commerce qui précise que toute association ayant reçu annuellement une subvention supérieure à 153 000 € doit établir, chaque année un bilan, un compte de résultats certifiés du dernier exercice clos (2021) ainsi qu'un compte-rendu d'activités ; par ailleurs, l'association est tenue de nommer un commissaire aux comptes et un suppléant pour vérification et certification des documents précités. Ceux-ci devront être transmis à la commune, après l'assemblée générale annuelle.

Les comptes annuels seront établis conformément au plan comptable général, dans les conditions prévues par le règlement comptable relatif aux modalités d'établissement des comptes annuels des associations et fondations.

En cas de non-transmission de ces pièces dans les délais, la commune pourra :

- jusqu'à exécution complète de l'obligation de transmission, suspendre le versement des subventions éventuellement attribuées au titre de l'exercice en cours ou ne pas donner suite aux demandes nouvelles ;
- demander le remboursement de la subvention prévue par la présente convention, si besoin par voie juridictionnelle.

### **Non réalisation de l'objet de la subvention**

En cas de non-réalisation ou de réalisation partielle de l'objet de la subvention, la commune demandera le remboursement total ou partiel de la subvention attribuée.

En cas de remboursement partiel, le montant du remboursement sera calculé au prorata de la réalisation de l'objet de la subvention.

### **Cession de la subvention**

La subvention est attribuée à l'association en considération de la demande qu'elle a formulée.

La subvention ne pourra donc pas être reversée pour quelque raison que ce soit à d'autres personnes ou groupements distincts de l'association bénéficiaire.



Cette cession irrégulière entraînerait la résiliation de plein droit de la présente convention avec l'obligation de restituer les sommes en litige.

### **Contrôles**

L'association s'engage à respecter la présente convention. Elle autorise la Commune d'Albi à effectuer tout contrôle que cette dernière jugera utile en la matière, notamment à demander des justificatifs d'utilisation de la subvention attribuée.

L'association s'engage à mentionner le concours de la Commune d'Albi sur tous les documents de communication et à l'enregistrer dans ses comptes conformément aux règles en vigueur.

L'association devra déposer en préfecture son budget, ses comptes, la présente convention et le compte-rendu financier de l'utilisation des subventions reçues, conformément aux dispositions de l'article 10 (6<sup>ème</sup> alinéa) de la loi du 12 avril 2000 précité.

### **Résiliation**

En cas de non-respect des présentes par l'association et, notamment, d'utilisation irrégulière de la subvention attribuée, la Commune d'Albi se réserve le droit d'en demander le remboursement, si besoin par voie juridictionnelle.

## **Article 14 – Financement des missions complémentaires déléguées**

La commune d'Albi pourra contribuer au financement des missions complémentaires qu'elle aura déléguées à l'office de tourisme. Elle se prononcera au vu d'un budget prévisionnel spécifique à ces missions.

## **Chapitre IV – Contrôle, durée, dénonciation -**

### **Article 15 – Contrôle et suivi**

À l'issue de l'assemblée générale annuelle et dans un délai maximal de 15 jours, l'office de tourisme d'Albi transmettra à la commune d'Albi un compte-rendu de l'emploi des crédits alloués certifié par un commissaire aux comptes. Ce document sera assorti de toutes les justifications nécessaires :

- bilan financier ;
- compte d'exploitation ;
- compte de résultat ;
- rapport d'activité établi sur les objectifs fixés par la présente convention.

Par ailleurs, l'office de tourisme présentera un tableau de bord de la fréquentation touristique, deux fois par an en janvier et en septembre ; une situation financière semestrielle et un bilan annuel.

### **Article 16 - Contrôles extérieurs**

La commune d'Albi se réserve le droit d'effectuer ou de faire effectuer par tout organisme extérieur compétent, un contrôle sur l'ensemble des activités exercées par l'office de tourisme. Elle pourra à ce titre exiger la communication de toute pièce, justificatif, contrat... nécessaire au contrôle de la bonne exécution de la présente convention et des obligations ou missions de l'office.

### **Article 17 – Durée**

La présente convention est signée pour une période d'un an. Elle ne pourra être renouvelée que par une décision expresse de chacun des signataires.

### **Article 18 – Révision et dénonciation**

La présente convention pourra être révisée à tout moment avec l'accord des deux parties. Aussi, les termes de cette convention sont susceptibles d'être modifiés par avenants afin de tenir compte des évolutions conjoncturelles et notamment touristiques (indicateurs : nombre de visiteurs, durée, provenance, taux d'occupation, durée de séjour, besoins identifiés, modes de consommation, etc. ...).

Elle pourra également être dénoncée avant son terme, tant par la commune que par l'office de tourisme, par lettre recommandée avec accusé de réception avec préavis de trois mois à compter de la date d'envoi de la lettre de résiliation.

Envoyé en préfecture le 17/11/2021

Reçu en préfecture le 17/11/2021

Affiché le 17/11/2021



ID : 081-218100048-20211115-21\_208-DE

Albi, le ... /.../

La présidente de l'office de tourisme

Isabelle Martial

Le maire d'Albi

Stéphanie Guiraud-Chaumeil