

COMMUNAUTE D'AGGLOMERATION DU GRAND VILLENEUVOIS

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL COMMUNAUTAIRE

Délibération n° 144/2019

Séance du 17 décembre 2019

Président : M. Patrick CASSANY

Présents : M. DESPLAT, M^{me} PASUT, MM. LATOUR, VENTADOUX, M^{me} LAFINESTRE, M. FOUGEYROLLAS, M^{me} LAMORLETTE, MM. VAN BOSSTRAETEN, VICTOR, MINGO, PLANTÉ, DE VOS, M^{me} SERCAN, M^{mes} BOTTEGA, DESGUÉ, MM. BAYSSIÉ, TESTU, GROSJEAN, CHAUVEL, LAFOSSE, MAXANT, M^{mes} MANZOCCO, SIMONNEAU, MM. SCHWEDT, BARRAU, M^{me} MOURGUES, MM. AJON, CAVALIÉ, MM. FAVRE-FELIX, MERLE, PUDAL, BORDERIE, FORGET, ASPERTI, TRANCHARD, M^{me} ALBINET, M. UNANUÉ, M^{mes} LHEZ-BOUSQUET, LACOUE, ARMICENT

Procurations : M^{me} BEGHIN à M. CASSANY, M. ROUSSEAU à M^{me} SIMONNEAU, M. GRANADOS à M. AJON, M. CALVET à M^{me} LACOUE, M^{me} DELLÉA à M^{me} ALBINET, M. LADRECH à M^{me} LAMORLETTE

Absents : M^{mes} JARRET, BESSON, GEOFFROY, M. BOUSQUET-CASSAGNE, M^{me} LAPORTE, M. JOLY, MM. LEYGUE, DUPUY, M^{me} FALCONNIER, MM. FALCOZ, GALINOU X., GALINOU J.L, GONZATO

CONVENTION D'OBJECTIFS AVEC L'OFFICE DE TOURISME DU GRAND VILLENEUVOIS POUR LA PERIODE 2020-2022

Monsieur le Vice-Président rappelle à l'Assemblée que par délibération du 16 décembre 2016 le Conseil communautaire avait approuvé les termes de la convention triennale passée avec l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois (OTGV) afin de fixer les objectifs et de déterminer les missions qui seront menées sur le territoire communautaire en matière touristique pour la période allant de l'année 2017 à l'année 2019.

Cette convention arrivant à son terme le 21 décembre prochain, il convient de passer une nouvelle convention triennale d'objectifs pour la période allant de l'année 2020 à l'année 2022 afin de permettre à l'OTGV de poursuivre sa mission de développement touristique du Grand Villeneuvois.

La convention qui est proposée à cette fin s'articule autour de deux grands axes qui concernent d'une part, **les missions de base** notamment l'accueil et l'information du public, la promotion et la communication, l'observation touristique, la coordination des acteurs institutionnels du tourisme et la sensibilisation au développement durable et d'autre part, **les missions complémentaires** notamment le recouvrement de la taxe de séjour, la vente de produits billetterie-boutique, la commercialisation de l'offre touristique et la gestion du camping Lot & Bastides (article 2).

Au vu des éléments contenus dans le projet de convention joint au présent rapport et vu l'avis favorable émis par la commission «Développement économique» réunie le 6 décembre 2019,

.../...

LE CONSEIL COMMUNAUTAIRE
Oui l'exposé qui précède,
après en avoir délibéré,
à l'unanimité,

APPROUVE les termes de la convention triennale à passer entre l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois et la CAGV afin de fixer les objectifs et de déterminer les missions qui seront menées sur le territoire communautaire en matière touristique pour la période allant de l'année 2020 à l'année 2022,

ACCORDE à l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois en application de cette convention, une subvention annuelle de fonctionnement d'un montant de 500 000 € qui sera versée au budget principal de l'Office et de 27 395 € qui sera versée au budget annexe du camping Lot & Bastides,

DIT que ces subventions seront versées selon un échéancier mensuel correspondant du mois de janvier au mois de décembre à la somme de 43 949,58 €

DIT que ces subventions seront inscrites au chapitre 65 article 65737 «autres établissements publics locaux» fonction 95 du Budget des exercices correspondants.

Certifié exécutoire le 20 DEC. 2019
Publié le 20 DEC. 2019

CASSENEUIL, 20 DEC. 2019
Extrait certifié conforme

Le Président
Patrick CASSANY



OTGV



**CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS
ENTRE LA CAGV ET L'EPIC OTGV
2020-2022**

La présente convention a pour objet de formaliser les responsabilités, des droits et devoirs, qui structurent la relation entre la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois et l'EPIC Office de Tourisme du Grand Villeneuvois.

Ce document-cadre précise les objectifs, les missions et niveaux de performance que la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois fixe à l'Office de Tourisme pour la période allant de 2020 à 2022, et de préciser les moyens alloués à l'Office de Tourisme pour la mise en œuvre des missions ainsi définies.

PREAMBULE : CADRE REGLEMENTAIRE

Conformément à la loi n° 2004-809 du 13 août 2004 relative aux libertés et responsabilités locales, au Code du Tourisme et plus particulièrement ses articles L.133-1 à L.133-3, la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois a confié, par délibération du 30 mars 2007, les missions relevant du service public touristique telles qu'énumérées par l'article L.133-3 du code du Tourisme, à savoir

- les missions de service public d'accueil et d'information des touristes
- la promotion du territoire du grand Villeneuvois, en coordination avec le comité départemental du tourisme et le comité régional du tourisme
- la coordination des divers partenaires du développement touristique local

L'Office de Tourisme, créé sous forme d'un établissement industriel et commercial (Epic) est obligatoirement consulté sur les projets d'équipements collectifs touristiques.

Conformément aux critères de l'arrêté du 16 avril 2019, l'Office de Tourisme met en œuvre une stratégie touristique précisant ses missions dans les domaines suivants :

- Politique d'accueil
- Commercialisation
- Animation du réseau des acteurs touristiques, accompagnement dans la transition numérique, assistance aux porteurs de projet
- Promotion de la destination et communication grand public
- Actions de sensibilisation des touristes et des acteurs touristiques en matière de protection de l'environnement et de développement durable
- Amélioration de l'offre touristique à travers le classement des hébergements et la diffusion des marques

Dans le cadre des missions complémentaires, la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois a confié à l'office de tourisme les missions suivantes :

- La production touristique et la commercialisation de produits dans le respect de la loi 2009 sur l'organisation et la vente de voyages ou de séjours
- La gestion d'un équipement touristique : le camping Lot et Bastides à Pujols

Dans le cadre de son statut d'Epic, la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois nomme un Comité de Direction composé de 20 conseillers communautaires élus par le Conseil Communautaire et 12 membres représentant les associations et organisations locales intéressées au tourisme, désignés dans les conditions prévues par ses statuts.

Article 1 : OBJET

Par la présente convention, l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois s'engage à mettre en œuvre, en cohérence avec les orientations publiques mentionnées en préambule, le programme d'actions défini dans le cadre de la stratégie en cours dont le contenu porte sur 5 axes :

- Axe 1 : Optimiser l'organisation touristique sur le territoire
- Axe 2 : Renforcer l'offre touristique à partir des spécificités du territoire
- Axe 3 : Développer la notoriété : promouvoir et commercialiser l'offre touristique
- Axe 4 : Développer des outils statistiques et économiques de l'activité touristique
- Axe 5 : Développer le tourisme durable

L'Office de Tourisme étant titulaire d'un classement en catégorie I, la collectivité contribue financièrement afin de lui permettre d'exercer ses missions conformément à son classement.

Article 2 – LES MISSIONS ET LES ENGAGEMENTS DE L'OTGV

LES MISSIONS DE BASE

Les missions exercées par l'OTGV auront pour objectif d'améliorer de façon permanente l'accueil, l'information des clientèles touristiques et des résidents, ainsi que la promotion et la production touristique de la destination, afin d'accroître les retombées économiques directes et indirectes liées à l'activité touristique.

2.1 - Mission d'accueil et d'information du public

L'accueil étant une des missions essentielles et prioritaires de l'Office de Tourisme, ce dernier s'engage à conserver la marque « Qualité Tourisme » qui lui a été attribuée pour la deuxième fois le 25 janvier 2018 et à respecter le niveau élevé de services aux visiteurs conformément aux critères du classement en catégorie I.

Par ailleurs, il s'engage à :

a/ Adapter les techniques et outils à l'accueil

- Adapter les horaires et les périodes d'ouverture des points d'information touristique
- Optimiser l'accueil en fonction des périodes d'affluence
- Recruter un personnel d'accueil formé et trilingue, conformément au classement en catégorie I
- Former les équipes d'accueil sur la connaissance de l'offre touristique par la rencontre des acteurs sur le terrain, sur les techniques permettant de se maintenir en phase avec l'évolution rapide des visiteurs

- Mettre en place de nouveaux modes d'accueil ; tels que l'accueil hors les murs ou l'accueil numérique ou via les réseaux sociaux, en fonction des pratiques des clients, des résultats analysés et des moyens disponibles
- Susciter ou renforcer le désir de découverte chez le visiteur, de l'information à la proposition afin de développer la consommation touristique sur le territoire
- Mettre à disposition des documents auprès des visiteurs après ciblage de la demande à l'accueil
- Faciliter le séjour et l'accès du visiteur aux produits, prestations composants de l'offre touristique locale
- Utiliser les process prévus dans le cadre de la démarche qualité
- Mesurer la satisfaction à l'accueil et assurer la gestion des réclamations

b/ Diffuser l'information par des moyens adaptés et de qualité

- Offrir une information adaptée à la demande, aussi bien sur place qu'à distance
- Assurer une mise à jour régulière de la base de données et des documents
- Diffuser l'information en 3 langues (web, papier, ..)
- Maintenir et développer le wifi territorial sur le Grand Villeneuvois afin de faciliter l'accès à internet et aux informations touristiques par le web

c/ Accueillir les publics en situation de handicap

Dans le cadre de la labellisation de l'Office de Tourisme « Tourisme et Handicap » obtenu le 31 décembre 2014, et en cours de renouvellement fin 2019

- Permettre l'accueil des personnes à mobilité réduite (mobilier, boucle magnétiques, documents en braille...)
- Former les équipes sur les outils et techniques à l'attention des personnes en situation de handicap

2.2 .La promotion/communication

L'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois a pour mission de développer la notoriété du Grand Villeneuvois sur le marché français prioritairement, en mettant en place des actions adaptées aux différentes cibles visées, aux zones géographiques stratégiques et aux périodes les plus pertinentes. Pour cela, l'Office de tourisme établit un plan d'actions annuel, et y intègre un plan marketing-communication.

Le marché de proximité étant le plus adapté à l'offre touristique existante, l'Office de Tourisme met en œuvre des actions pour séduire la clientèle locale et régionale à l'échelle du Grand Sud-Ouest. Les actions s'appuient sur les événements, l'actualité ou les nouveautés, les promotions proposées par les acteurs.

Concernant les marchés étrangers, considérant que des moyens importants doivent être mobilisés et que la reconnaissance du territoire du Grand Villeneuvois est pertinente dans un environnement plus global ramené à l'échelle du département, l'Office de tourisme du Grand Villeneuvois ne déploie pas de moyens pour la promotion à l'étranger, celle-ci étant assurée par le CDT ou le CRT. Le cas échéant, l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois pourra être associé à titre ponctuel sur des opérations menées par le CDT ou le CRT.

Plus précisément, l'Office de Tourisme s'engage dans les actions suivantes :

a/ Relations presse et influenceurs

- S'associer aux actions menées par le CDT pour l'accueil de relations presse, en fonction des retombées attendues, de l'intérêt du support ou des opportunités
- Mettre en œuvre des actions en vue d'accueillir des influenceurs, à l'échelle du Grand Villeneuvois ou en partenariat avec les Offices de tourisme de la Vallée du Lot
- Les cibles prioritaires concernent les thématiques fortes du territoire : gastronomie, patrimoine, activités de pleine nature

b/ Editions

- Editer des documents permettant de promouvoir et valoriser le territoire au travers de ses axes forts
- Apporter un soutien aux professionnels du tourisme par le biais d'encarts publicitaires
- Elaborer des flyers de promotion sur les activités commerciales de l'Office de Tourisme
- Elaborer des documents de visite sur les villes et villages dotés d'un patrimoine, en cohérence avec la demande des clientèles
- Réalisation de documents en fonction des besoins, de l'actualité et des pratiques des visiteurs : plans, carte touristique, e-brochures hébergement ou animations de l'été ...
- Certaines éditions pourront être envisagées avec les Offices de Tourisme voisins, au regard de la valorisation touristique de la Vallée du Lot

c/ Site internet, web 2.0

- Mettre en place un site internet régulièrement actualisé, notamment par un système de flux provenant des saisies de la base de données Sirtaqui (base régionale de données touristiques)
- Créer un nouveau site internet (projet 2020) et le faire évoluer tout en maîtrisant le coût de la maintenance et de l'hébergement
- Intégrer dans le site internet une plateforme de vente en ligne afin d'aider les professionnels désireux de diversifier leurs canaux de distribution, et d'augmenter les ventes du service billetterie de l'Office de Tourisme
- Privilégier les images de séduction du territoire par des visuels de qualité, nécessitant des reportages photos et vidéos commandés auprès de professionnels
- Développer la présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Youtube...) par la publication de posts sponsorisés et des campagnes de recrutements de fans
- Exercer une mission de veille pour orienter les supports de communication et améliorer le référencement du territoire sur le web 2.0

d/ Photothèque-vidéothèque

L'image, dans le tourisme, s'est confirmée comme un élément constitutif de la promotion touristique d'une destination et l'Office de Tourisme est doté d'une photothèque et de reportages vidéo.

Réalisées en interne ou fournies par divers partenaires, ces photos sont de qualité variable et vieillissante. Elles ne permettent plus de répondre aux demandes de la presse, des institutionnels, des partenaires et aux besoins sur les supports de communication (web, réseaux sociaux et print). Il est donc nécessaire que l'office de tourisme :

- Enrichisse son fonds photographique par des commandes de reportages à titre individuel ou par mutualisation de moyens notamment avec les offices de tourisme voisins ou le CDT
- Se dote de vidéos de séduction, susceptible d'être utilisées dans des espaces de promotion (salons, Maison de l'Aquitaine, Walibi, aéroports, et espace d'accueil des offices de tourisme, Pits Villeneuve sur Lot et Pujols...)

2.3. L'observation touristique

L'Office de Tourisme s'engage à :

- Tenir à jour des tableaux de bord de l'offre : nombre de structures, capacité, nombre d'établissements labellisés,
- Tenir à jour des tableaux de bord sur la fréquentation touristique locale (visiteurs physiques, fréquentation du site internet, des bornes ...des réseaux sociaux), le type demande, nombre de nuitées

- Mettre en place un observatoire afin de réactualiser la stratégie de développement et permettre l'accompagnement aux porteurs de projet qui s'adressent à l'office de tourisme. (Un travail sur la mise en place de ces outils d'observation fait l'objet d'une réflexion dans le cadre d'une mutualisation à l'échelle des offices de tourisme du département et du CDT)
- Contribuer aux observatoires de la région Nouvelle Aquitaine afin de disposer des données, permettant la comparaison

2.4. La coordination des acteurs

L'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois est structuré pour animer le réseau des prestataires touristiques du territoire, avec la désignation de référents au sein de l'équipe pour chaque secteur d'activité.

Afin de compléter l'information et l'accompagnement des professionnels par les référents, **l'Office assure par d'autres moyens la coordination du réseau.**

- Mise à jour du site Pro du site internet
- Sensibilisation et incitation des acteurs touristiques à valoriser la destination
- Newsletter sur l'actualité de l'Office de Tourisme
- Accompagnement dans le numérique
- Accompagnement dans le cadre de labels et classements
- Organisation d'éductours, rencontres, échanges, réunions d'information
- Relais entre les professionnels et les institutions départementales
- Adhésion à « Offices de Tourisme de France » (fédération nationale des Offices de tourisme) et à la Mona (association fédérant et soutenant les Offices de tourisme de la Nouvelle Aquitaine)
- Participation aux réunions et aux actions, selon la pertinence, du CDT 47 et du CRT Nouvelle-Aquitaine

2.5. Démarche de développement durable

L'Office de Tourisme s'engage à :

- Mettre en place en interne des méthodes basées sur les principes du développement durable
- Sensibiliser les acteurs touristiques sur la mise en place d'actions dans la perspective d'un tourisme durable

MISSIONS COMPLEMENTAIRES

2.6. La taxe de séjour

La Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois a chargé par délibération du 24 juin 2009 l'Office de Tourisme de la perception de la taxe de séjour sur son territoire de compétence. L'Office de Tourisme s'est organisé pour assurer cette mission (Acquisition d'une solution logicielle, désignation d'un référent, régisseur pour le compte de la collectivité).

L'Office de Tourisme s'engage à:

- Mettre à disposition du référent le temps nécessaire pour assurer cette collecte par la régie
- Accompagner les hébergeurs en difficulté sur la collecte, la déclaration, le reversement
- Effectuer le suivi des déclarations par les hébergeurs
- Effectuer le suivi des évolutions de la plateforme de déclaration et paiement en ligne

- Assurer l'information, par des newsletters, courrier ou réunions d'informations sur l'évolution de la réglementation
- Proposer, le cas échéant, à la Communauté d'Agglomération des évolutions sur la perception de la taxe de séjour
- Informer et solliciter la Communauté d'Agglomération, dotée de la compétence de gestion de la taxe de séjour, sur les difficultés de collecte et reversement de certains hébergeurs afin que la collectivité assure les démarches juridiques liées au recouvrement

2.7. La vente de produits billetterie –boutique

Afin de valoriser, développer l'offre touristique du territoire et faciliter l'accès aux évènements et activités des touristes et de la population locale, l'Office de tourisme :

- Assure la vente de billets de spectacles, évènements, moyennant une commission
- Assure la billetterie de balades en bateaux, calèches, ...
- Conventionne avec l'ensemble des professionnels proposant une activité
- Présente dans ses espaces boutique une vitrine des produits locaux, ouvrages, jeux,

2.8. La commercialisation

Doté d'une immatriculation auprès d'Atout France d'opérateur de voyages, justifiant d'une garantie financière auprès de l'APST et d'une assurance spécifique à cette activité.

L'Office de Tourisme s'engage à:

- Assurer la commercialisation de produits touristiques qu'il conçoit ou pour le compte d'autres prestataires touristiques locaux, dans le cadre de l'article L.211-1 du code du tourisme
- Développer l'activité groupes en valorisant les acteurs du territoire principalement et ceux des territoires voisins si nécessaire, par convention avec les Offices de Tourisme concernés et compétents sur leurs territoires respectifs
- Valoriser les promotions dans le cadre de produits individuels, dans l'optique d'accentuer la visibilité de la destination.

2.9. La gestion du camping

Par délibération N°193/2012 en date du 13 décembre 2012, la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois a décidé d'affecter la gestion du Camping Lot et Bastides (47300 Pujols) à l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois. Les règles et conditions régissant ce transfert de gestion entre la CAGV et l'OTGV sont arrêtées par convention en date du 3 juillet 2013.

Article 3 – LES MOYENS MIS EN ŒUVRE PAR L'OTGV

a/ Comptabilité-Gestion

L'Office de tourisme du Grand Villeneuvois est assujéti aux règles de la comptabilité publique suivant l'instruction M4 ainsi qu'au code des marchés publics et de la mise en concurrence.

La TVA s'applique suivant la réglementation.

Un audit fiscal réalisé en 2019 a confirmé l'assujettissement de l'Office de Tourisme à la TVA et aux impôts commerciaux, uniquement pour son activité commerciale, (par différenciation avec les missions de service public). Une comptabilité analytique devra être mise en œuvre avec une sectorisation dès 2020. Ce même audit fiscal révèle la nécessité d'être assujéti aux impôts commerciaux pour le camping.

Pour le budget «Office de Tourisme» et le budget annexe «Camping Lot et Bastides», l'Office de tourisme rédige un débat d'Orientation Budgétaire et un Rapport d'Orientation Budgétaire et établit un budget primitif, voté par le comité de direction de l'Epic, ainsi qu'un compte administratif annuel entériné par le même Comité de Direction.

Un exemplaire de ces documents est remis à la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois pour approbation, par délibération du Conseil Communautaire, conformément à l'article L.133-8 du Code du Tourisme.

b/ Ressources humaines

Les missions confiées à l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois et le niveau de qualité de service attendu placent les ressources humaines au cœur du dispositif.

Une attention particulière doit être apportée au personnel, à ses conditions de travail et à la motivation de l'équipe. Les effectifs doivent permettre à l'Office de Tourisme de remplir l'ensemble des missions qui lui sont confiées tout en assurant en même temps un accueil de qualité dans les bureaux d'information.

Le droit du travail et les dispositions de la convention collective doivent être respectées.

Une mise à plat des pratiques est en cours.

Les entretiens professionnels et d'évaluation sont effectués conformément au droit du travail.

L'Office de Tourisme attache une attention particulière à la formation du personnel et met en place un plan de formation déterminé à partir des plans d'actions de la structure, des compétences et besoins des personnels et des moyens disponibles.

Article 4 - LES MOYENS MIS EN ŒUVRE PAR LA COLLECTIVITE

Pour permettre à l'Office de Tourisme de remplir ses missions d'intérêt public, la Communauté d'Agglomération du Grand Villeneuvois s'engage à :

a/ Mettre à disposition de l'Office de Tourisme à titre gracieux les locaux nécessaires à ses activités.

La CAGV met à disposition de l'OTGV, à titre permanent, des locaux situés à Villeneuve sur Lot. En contrepartie, l'OTGV en assurera une utilisation conforme à son objet social. Les règles et conditions régissant cette mise à disposition sont arrêtées par convention en date du 3 juillet 2013.

b/ Reverser à l'Office de Tourisme l'intégralité de la taxe de séjour perçue annuellement sur le Grand Villeneuvois, conformément à l'article L.133-7 du Code de Tourisme relatif au budget des Offices de Tourisme constitués sous forme d'EPIC.

c/ Attribuer annuellement les crédits de fonctionnement nécessaires et adaptés aux différentes tâches qui sont les siennes.

	2020	2021	2022
OTGV (budget principal)	500 000 €	500 000 €	500 000 €

d/ Verser annuellement au budget annexe du Camping Lot et Bastides une subvention correspondant à la quote-part des emprunts contractés par la CAGV pour le financement des biens affectés selon la convention en date du 3 juillet 2013.

	2020	2021	2022
OTGV (budget annexe)	27 395 €	27 395 €	27 395 €

e/ Financements complémentaires

Des crédits complémentaires pourront être alloués à l'EPIC OTGV pour toute autre tâche précise ponctuelle ou permanente, confiée à l'OTGV par la CAGV.

Ces missions feront l'objet d'avenants à cette convention, stipulant la nature, la durée du service et le montant des crédits spécifiques accordés.

f/ Collaboration avec les services de la CAGV

L'OTGV s'engage à participer aux différents travaux de la CAGV en lien avec les services, pour :

- La promotion des équipements publics (piscine de Malbentre...)
- La promotion du territoire et communication
- Le développement économique
- Le développement durable et mobilité

Des échanges d'information réguliers seront notamment instaurés avec le service du Développement économique afin d'assurer une bonne synergie entre les actions menées (accueil des porteurs de projet, fermes Lot-et Bastides, ateliers Lot-et Bastides...)

Article 5 – DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est signée pour une période de 3 ans, renouvelable expressément avant son terme.

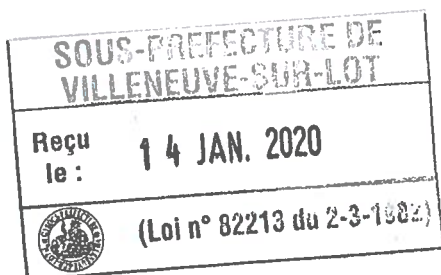
Fait à Casseneuil, le 23/12/2019

Pour la CAGV
Le Président

Patrick CASSANY

Pour l'OTGV
La Directrice

Christine SLAWINSKI



ANNEXE : LES INDICATEURS

LES INDICATEURS D'ACTIVITE

Accueil / information

- Nombre de visiteurs par département, nationalité, points d'information touristiques et type de demande
- Nombre d'actes de renseignements total (accueil, téléphone, mails, courriers)
- Nombre de RDV d'accueil hors les murs et nombre d'actes d renseignements, le cas échéant
- Nombre de consultations sur la borne tactile

Promotion/Communication

- Type et nombre de brochures éditées
- Suivi et mise à jour du site internet
- Wifi territorial : Nombre de points développés ou maintenus
- Nombre d'actions de promotion réalisés :
 - Accueil presse et influenceurs
 - Présence sur évènements grand public, workshops
 - Actions sur les réseaux sociaux

Relations avec les organismes institutionnels et les professionnels du tourisme locaux

- Nombre de réunions organisées par l'Office de Tourisme du Grand Villeneuvois
- Nombre de réunions auxquelles un représentant de l'Office de Tourisme a participé
- Nombre de visites de prestataires (dans le cadre d'entretiens individuels ou éductours)
- Nombre de RDV d'accompagnement numérique
- Nombre de personnes accompagnées
- Nombre d'accompagnements de projets
- Nombre d'e-news à l'attention des professionnels

LES INDICATEURS DE PERFORMANCE

Accueil / information

- Nombre de jours d'ouverture et coût client
- Nombre de brochures éditées et diffusées à l'accueil

Ressources humaines

- Type et nombre de jours de formation

Promotion/Communication

- Nombre de brochures diffusées lors d'actions de promotion
- Nombre d'articles de presse parus suite à des actions ou rédaction de communiqués de presse
- Nombre de reportages diffusés sur réseaux sociaux, chaînes de télévision
- Nombre de newsletters diffusées, nombre d'inscrits à ces newsletters et taux d'ouverture
- CA et nombre de groupes
- CA et nombre d'actes de ventes boutique
- Nombre de partenaires de l'OT
- Fréquentation des sites du Grand Villeneuvois
- Evolution de nombre de nuitées et de la taxe de séjour

- Nombre de visites, de visiteurs uniques, de pages vues sur le site internet
- Nombre de fans Facebook et interactions
- Nombre d'abonnés Instagram et interactions
- Nombre de vues YouTube
- Nombre de nuitées et CA – Camping
- Nombre de connexions wifi territorial

Relations avec les professionnels de tourisme locaux

- Nombre de projets aboutis
- Nombre d'établissements labellisés et/ou classés

LES INDICATEURS DE QUALITE

- Nombre d'enquêtes de satisfaction administrées
- Taux de satisfaction des visiteurs sur les items suivants : attitude et compétence du personnel et qualité de l'information fournie
- Nombre de réclamations et fiches de suggestions concernant l'OT traitées
- Nombre de réclamations et fiches de suggestions concernant le Grand Villeneuvois traitées (sites, prestataires, collectivités, environnement)