

EXTRAIT DES REGISTRES DES DELIBERATIONS DU BUREAU DE LA METROPOLE D'AIX- MARSEILLE-PROVENCE-METROPOLE

Séance du 28 avril 2016

Monsieur Jean-Claude GAUDIN, Président de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence, a ouvert la séance à laquelle ont été présents 31 membres.

Etaient présents Mesdames et Messieurs :

Béatrice ALIPHAT - Martial ALVAREZ - Christophe AMALRIC - Sylvia BARTHELEMY - François BERNARDINI - Roland BLUM - Gérard BRAMOULLE - Martine CESARI - Gaby CHARROUX - Frédéric COLLART - Georges CRISTIANI - Arlette FRUCTUS - Daniel GAGNON - Alexandre GALLESE - Danièle GARCIA - Jean-Claude GAUDIN - Gérard GAZAY - Nicolas ISNARD - Bernard JACQUIER - Maryse JOISSAINS MASINI - Richard MALLIE - Danielle MILON - Jean MONTAGNAC - Pascal MONTECOT - Roland MOUREN - Henri PONS - Georges ROSSO - Michel ROUX - Jean-Pierre SERRUS - Guy TEISSIER - Martine VASSAL.

Etaient absents et excusés Mesdames et Messieurs :

Patrick BORE - Eric DIARD - Roland GIBERTI - Eric LE DISSES.

Monsieur Le Président a proposé au Bureau de la Métropole d'accepter les conclusions exposées ci-après et de les convertir en délibération.

HN 020-090/16/BM

■ Attribution d'une subvention à l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence et approbation d'une convention

HN 020-28/04/16 BM

Monsieur le Président de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence soumet au Bureau de la Métropole le rapport suivant :

Dans le cadre de sa compétence développement économique, le Pays d'Aix a mis en place des actions en faveur du développement touristique du territoire. Il s'appuie à cet effet sur les acteurs touristiques et plus particulièrement sur l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence, bénéficiant du professionnalisme et du savoir-faire de cette structure.

N'étant pas doté d'une compétence tourisme transférée jusqu'en 2015, le territoire a défini, dans le cadre de la mise en place d'un schéma de Développement Touristique 2012-2016, des actions en faveur du développement touristique et la structuration de quatre filières principales : la culture, l'agritourisme (dont l'oenotourisme), les activités de pleine nature et le tourisme industriel.

Dans l'optique de mise en place du Schéma de Développement Touristique 2012-2016 et de l'intensification des actions de dimension communautaire, l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence s'appuie sur des Offices de Tourisme du territoire pour développer des filières et des projets dépassant le cadre de leur commune.

Signé le 28 Avril 2016
Reçu au Contrôle de légalité le 18 Mai 2016

L'objectif est de préserver une compétence tourisme communale tout en apportant à chaque commune du Pays d'Aix un support qualitatif et transversal, une valorisation de leurs différents atouts, une recherche de complémentarité et de coordination des activités touristiques sur le Pays d'Aix et au sein de la métropole Aix-Marseille Provence.

Le professionnalisme de l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence (OMT Aix) est reconnu à l'échelle du territoire. Les moyens mobilisés en faveur du Pays d'Aix ont ainsi un impact non négligeable sur la valorisation touristique du Pays d'Aix :

- **Sur la venue des touristes :**

En matière d'accueil, l'Office de Tourisme accuse une légère baisse de fréquentation en 2015 (-1,7%) pour un total de visiteurs de 692 717.

51 % des demandes d'information aux guichets proviennent de touristes étrangers.

Outre la performance d'accueil de l'Office au sein duquel des écrans géants permettent de diffuser de l'information sur tout le territoire du Pays d'Aix, le développement du numérique permet nettement de compenser la baisse de fréquentation physique des visiteurs au sein de l'Office : Le nouveau site Internet qui valorise aussi bien Aix que le Pays d'Aix a enregistré plus de 1,9 million de visiteurs en 2015.

Les réseaux sociaux font également parler d'Aix et du Pays d'Aix (4518 followers facebook et 2486 abonnés Twitter) et on comptabilise plus de 42 000 pages vues sur le blog Pays d'Aix.

De plus, le Pays d'Aix a été représenté sur des marchés porteurs : USA, Canada, Angleterre et Allemagne ainsi que sur les marchés émergents : Brésil, Chine et PECO.

Un choix stratégique (en fonction des typologies de clientèles) s'est également porté sur de grands salons en Belgique (Bruxelles le 20 janvier au salon Pleine Nature), à Lyon (salon du randonneur du 20 au 22 mars) où le Pays d'Aix était représenté par l'OT de La Roque d'Anthéron, à Toulon (les 20 au 23 mars), à Lille (du 23 au 25 janvier), à Strasbourg avec un partenariat Provence Wine Tour (du 13 au 15 février), et plusieurs actions pour professionnels et grand public à Paris.

Enfin, l'OMT d'Aix et de Marseille avec l'aéroport Marseille Provence ont développé une initiative de promotion mutualisée du territoire « Marseille, Aix ... la Provence » sur 15 actions de promotion du territoire à l'étranger.

La **centrale de réservation** d'Aix et du Pays d'Aix a permis de vendre pour 349 456 euros de chiffre d'affaires dont plus de la moitié sur des chambres d'hôtes. Le Pays d'Aix représente 14 % de l'activité de cette centrale. Enfin, afin d'améliorer la promotion et la qualité des meublés, l'OMT d'Aix a développé une Charte de Qualité : la marque plume. Cette marque fédère 81 adhérents volontaires dont 45 sont dans le Pays d'Aix.

- **Sur la mobilisation des professionnels :**

Un **workshop** a été organisé le 16 mars 2015 à l'échelle des professionnels de la Région et a regroupé plus de 200 professionnels des métiers du tourisme. Au programme, conférences, tables rondes sur les filières en développement et mise en avant d'un savoir faire gastronomique avec accords mets vins.

L'animation du label « Vignobles & Découvertes » obtenu mi 2013 pour la destination « Pays d'Aix – Sud Lubéron » a permis la mise en place d'une stratégie de réseau avec des axes de travail autour de l'animation (Goûtez voir chez Cézanne, Salon des vins et de la gastronomie, plate-forme professionnelle ...) et de la communication (action presse cluster oenotourisme, promotion sur les salons spécialisés, développement d'outils de promotion -page web dédiée, actions presse et campagne aux Pays bas-, actions de partenariat avec des Tour Opérateurs spécialisés -Houlala France, Provence Wine Tour ...- page de promotion dédiée dans « A summer in Provence »). Son rôle dans l'animation du réseau des 130 professionnels labellisés permet de faire de notre destination une destination oenotouristique, la première de Provence.

L'organisation de formations : l'OMT d'Aix a mobilisé la Fédération Régionale des Offices de Tourisme (FROTSI) afin de mettre en place un plan de formations autour de trois journées :

Signé le 28 Avril 2016
Reçu au Contrôle de légalité le 18 Mai 2016

- diagnostic de l'organisation touristique
- qualification animation et implication des prestataires dans les actions et les résultats
- savoir coordonner, animer un réseau de prestataires – savoir communiquer auprès des différentes cibles
- mise en réseau et stratégie dans une action de territoire.
- mettre en application les outils de metteur en scène du territoire.

Manuel de vente : il valorise plus de 200 professionnels sur le territoire

Création d'une plate-forme professionnelle (www.paysdaixclubtourisme.fr) : A destination des partenaires institutionnels et privés de la destination, cette plate-forme regroupe tous les documents relatifs à la professionnalisation des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiatives (OTSI), à l'animation des filières, mais elle est aussi une source d'information et de documentation sur l'actualité touristique.

Enfin un **Observatoire du Tourisme** a été développé et permet aux professionnels, comme aux citoyens intéressés d'obtenir des informations annuelles sur le poids du tourisme dans notre collectivité, les données économiques et touristiques (hébergements, fréquentation, centres d'intérêts touristiques, analyse des séjours etc.). Il est enrichi d'une note de conjoncture estivale. Les deux documents sont accessibles sur le site Internet et l'extranet des professionnels ainsi que sur le site de la CPA.

- **Sur la gestion de l'information et de la communication**

Prise en charge de la saisie des informations touristiques de 12 communes dans le logiciel PATIO de Bouches-du-Rhône Tourisme ; mobilisation de ces informations afin de permettre à chaque OTSI du territoire possédant un écran tactile d'obtenir des informations touristiques sur tout le Pays d'Aix ; l'OMT a aidé à produire des documents print (catalogue des excursions, agenda 2015 et la mise à jour « de Villages en Villages »).

Le blog, la gestion des réseaux sociaux et le site Internet permettent d'accentuer la lisibilité des actions entreprises sur le territoire par une communication Web encore plus intensive.

D'autres développements **d'outils numériques** sont effectués :

- Mise en ligne de tous les itinéraires thématiques sur la plateforme web Cirkwi qui permet de parcourir des itinéraires et des guides de voyages numériques puis de les embarquer sur un smartphone et/ou tablette afin de les utiliser sans connexion Internet (<http://www.cirkwi.com>) Depuis la mise en ligne des circuits, l'OT comptabilise 54 500 affichages (recherches directes) et 32 118 consultations d'itinéraires.
- Mise en ligne des supports sur le site de l'Office de Tourisme et via Apple Store et Google Play.
- L'agenda touristique numérique d'Aix-en-Provence et Pays d'Aix.

Avec le lancement du **City Pass #Provenceaixperience** qui offre la possibilité de visites de sites touristiques pour 24h/48h ou 72h sur Aix et le Pays d'Aix et couple les transports sur l'ensemble des réseaux de bus d'Aix et du Pays d'Aix, l'OT d'Aix-en-Provence répond pour ce territoire et son offre complémentaire à la demande de courts séjours.

- **Sur la mobilisation des OT de pôle autour des filières porteuses**

De leurs côtés, les Offices de filières sur lesquels s'appuie l'Office Municipal de Tourisme d'Aix ont également œuvré au développement des filières d'excellence définies dans le cadre du schéma de développement touristique et à la mobilisation des acteurs touristiques sur ces filières.

Ainsi l'**Office de Tourisme de Pertuis** (OTP) a largement contribué à l'obtention du label « Vignoble et Découverte » (mobilisation des partenaires de son secteur mais également co-production du dossier) et anime le réseau des professionnels par des actions sur le nord de notre territoire comme le Salon des Vins et de la gastronomie à Pertuis.

L'OTP prend en charge également la saisie des informations de 5 communes de son bassin afin de les valoriser dans Patio et donc sur les écrans tactiles du territoire.

Il développe également un gros volet de communication sur son bassin de vie avec la production en interne de 10 000 cartes oenotouristiques, d'un magazine tiré à 4 000 exemplaires présentant l'offre des partenaires ainsi que des itinéraires permettant de parcourir le Pays d'Aix et le Pays d'Aigues sous forme d'auto-tours.

D'autre part, pour la troisième année consécutive, l'OTP centralise pour les communes de son bassin de vie (Val de Durance) les événements de la saison estivale afin de les publier dans un magazine développé par le Pays d'Aix : « l'agenda de l'été »

L'OTP a développé une communication globale (Web, réseaux sociaux, print ...) du territoire Nord Pays d'Aix et ainsi toutes les informations des communes du Bassin Nord figurent sur tous les supports de communication de l'Office.

Le magazine **We Pertuis** produit en 10 000 exemplaires est réparti sur le territoire dans des lieux de distribution ciblés. Cette opération se veut être également une expérience pour le territoire.

En 2015, l'OTP a lancé une marque de territoire « We Pertuis in Provence » afin de fédérer les partenaires privés et publics du bassin de vie et du Sud Luberon et de rendre les partenaires ambassadeurs de leur territoire.

Le site Web affiche près de 53 000 visiteurs dont 72 % de nouvelles visites ; le blog, en hausse de 40 % par rapport à 2014, atteint les 20 000 visites ; quant aux réseaux sociaux, l'OTP compte 3214 fans sur Facebook et 907 abonnés twitter.

L'Office de Tourisme de La Roque d'Anthéron (OTRA), de son côté, œuvre depuis quatre années à développer la filière Activités de pleine nature.

Il est à l'origine du développement des randonnées dans le cadre de la Fédération des Sports Populaires (FFSP), du développement de circuits vélo touristiques et de partenariats autour du vélo électrique. Aujourd'hui, le territoire peut s'appuyer sur 13 parcours permanents, devenant une destination IVV (fédération Internationale) la plus méridionale de l'Europe.

Il a développé une mission de circuits pédestres accompagnés en entraînant Rognes dans sa foulée afin de multiplier cette initiative sur les boucles présentes sur notre territoire.

Dans le prolongement de cette mobilisation des acteurs du territoire autour des boucles de randonnées au sein des communes, l'OTRA a été le fer de lance pour la constitution d'un Comité Départemental 13 de la FFSP qui a reçu plusieurs centaines de visiteurs sur le salon d'Aix-en-Provence. L'ambition affichée est d'organiser en 2019 les Olympiades regroupant entre 10 000 et 15 000 participants venus du monde entier.

Il est également l'interlocuteur privilégié sur les salons dédiés à ce type d'activités et assure l'animation du réseau sur tout le Pays d'Aix.

L'Office de Tourisme de Fuveau (OTF) œuvre dans le développement de la filière agritourisme. Il mobilise les acteurs autour d'un événement qu'il porte pour le territoire : la foire Chèvre et Miel. Il développe à ce titre une « boutique du terroir » pour faire connaître les producteurs de la Vallée de l'Arc.

En 2015, l'Office s'est investi dans un projet d'envergure reliant les communes du bassin minier du Pays d'Aix et du Pays d'Aubagne et de l'Étoile afin d'en faire un GR de Pays. Il a ainsi recensé tous les acteurs touristiques du bassin concerné et travaille sur la mobilisation de ces acteurs vers le développement d'une offre originale autour de la mine et des énergies renouvelables. Ainsi, un artisan santonnier sur Peynier va développer le santon du mineur, un producteur de miel devrait installer ses ruches dans un champ photovoltaïque, des hébergements et restaurants devraient adopter des menus spécifiques pour les marcheurs ...

Ces Offices de Tourisme de pôle sont présents dans toutes les réunions stratégiques et/ou d'organisations d'événements concernant le territoire (workshop, animation des réseaux, événements autour du label ou de la communication ...)

En application des dispositions de l'article L 133-7 du Code du tourisme, le budget des offices du tourisme comprend, au titre des recettes, diverses subventions.

Dans ce contexte, la Métropole a été saisie par l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence d'une demande de subvention.

Le projet de convention entre la Métropole Aix-Marseille Provence et l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence est joint à ce rapport. Il est à noter que le budget de fonctionnement 2016 devrait s'élever à 7 019 083 euros.

Afin de soutenir l'action menée par l'Office de Tourisme en faveur de la promotion du Pays d'Aix et de mettre en œuvre les actions définies dans le cadre du Schéma de Développement Touristique et proposées lors du Comité de Pilotage du 1^{er} juillet 2015, l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence sollicite une subvention de 1 050 000 €, soit 15 % de son budget de fonctionnement. La subvention accordée en 2015 était de 1 165 000 € pour un budget prévisionnel de 7 534 976 €

Le concours financier global sera affecté aux ressources humaines et au fonctionnement de l'OT d'Aix et contribuera notamment :

- aux actions de dimension communautaire afin de structurer les filières d'excellence sur le territoire et de développer l'offre touristique, en lien avec les Offices de Pertuis, de la Roque d'Anthéron et de Fuveau pour des actions définies et contrôlées par l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence.
- aux ressources humaines et au fonctionnement de l'OMT d'Aix, notamment en ce qui concerne les actions suivantes :

■ L'observatoire économique du tourisme

I- Bilan annuel

En début d'année, un bilan touristique annuel du territoire de la CPA sera produit et disponible pour toutes les communes, OTSI et professionnels du tourisme. Il établira le bilan de l'offre touristique, du tourisme d'affaires et de la fréquentation touristique. Il sera un outil d'évaluation du poids économique du tourisme.

II- Bilan trimestriel concernant les écrans numériques du territoire

III- Note de conjoncture estivale

Cette note mettra en exergue le ressenti des professionnels sur la saison définie de mai à septembre. Elle établira un bilan de la fréquentation touristique par rapport à l'année précédente (nombre de nuitées, origine des visiteurs ...)

IV- Note mensuelles

Ces données permettent d'obtenir des informations sur les hébergements, la fréquentation des OTSI, des sites touristiques ainsi que sur l'événementiel du territoire.

■ Animation du réseau des offices de tourisme / syndicats d'initiative du Pays d'Aix (OTSI) et des professionnels du tourisme :

Concernant le réseau des OTSI du territoire, il s'agit de l'organisation de formations et de la poursuite de la démarche qualité, de l'organisation de réunions régulières sur l'avancée des projets respectifs, de l'alimentation du Blog du service Pays d'Aix, de l'alimentation d'une boîte à outil accessible à tous les OTSI et professionnels du tourisme.

Cette action concerne également la mise en place d'une structure d'appui sur le territoire qui permet l'accompagnement des projets dans le cadre de la mise en place du schéma de développement touristique. A ce titre, elle concerne les actions de dimension communautaire que l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence pourra confier aux Offices de Tourisme de Pertuis, de la Roque d'Anthéron et de Fuveau afin d'aider à structurer les filières touristiques sur le territoire et de développer l'offre touristique.

Concernant les professionnels du tourisme, outre les travaux de mise en partenariat, l'Office Municipal de Tourisme contribuera à développer un workshop afin de permettre des rencontres professionnelles par le biais de tables rondes et de formations dédiées.

L'OMT animera également les partenaires du label « Vignobles & Découvertes » et les accompagnera au sein d'événements organisés sur le territoire (fêtes gastronomiques, du vin etc. ...). Il représentera le dossier auprès d'Atout France avec les nouveaux partenaires en vue du renouvellement du label.

■ Communication :

L'Office de Tourisme d'Aix est la vitrine du Pays d'Aix. Il poursuivra sa politique de promotion du Pays d'Aix par une **communication commune Aix – Pays d'Aix** en France et à l'international (participation à des salons professionnels, grand public, relation presse et relations publiques, Magazine en téléchargement « ProvenceAixpérience », éductours ...)

Compte tenu de la structuration des filières Activités de pleine nature et Oenotourisme sur le Pays d'Aix, les salons de professionnels et grand public autour de ces thèmes seront privilégiés. De plus, il continuera à développer des actions de promotion et d'animation par le biais des réseaux sociaux, Web2 et mettra en ligne sur le site Internet toutes les actions développées autour des filières. Il valorisera toutes les informations issues de PATIO pour les 36 communes de la CPA. En 2016, au minimum 3 publications papiers (« pockets » ou autre format) sont prévues pour promouvoir des circuits et/ou des filières.

■ Commercialisation :

La commercialisation des produits et circuits touristiques, favorisant ainsi directement le développement économique du territoire se poursuivra et une meilleure complémentarité entre les différentes actions de promotions communales sera recherchée. L'OMT d'Aix sera l'un des relais, sur les différents marchés, de l'ensemble des professionnels du tourisme.

Il commercialisera toutes les entreprises touristiques du territoire de la CPA qui le souhaitent mais également les partenaires sélectionnés pour le label « Vignoble & Découverte » qui se situent en dehors de ce périmètre et plus particulièrement sur le sud Luberon.

De plus, il continuera le développement de la Carte PASS magnétique **City Pass #Provenceaixperience** qui offre la possibilité de visites de sites touristiques sur 24h/48h/72h, proposant des offres culture, patrimoine, terroir, restauration, activités sur le territoire.

En outre, il poursuivra la promotion des produits du terroir à travers le Comptoir du Pays d'Aix, boutique d'environ 80 m² au sein du nouvel Office, destinée à valoriser mais également commercialiser les produits agricoles et artisanaux locaux.

Telles sont les raisons qui nous incitent à proposer au Bureau de la Métropole de prendre la délibération ci-après :

Le Bureau de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence,

Vu

- Le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment l'article L 133-7 et l'article L1611-4 relatif à l'utilisation des subventions versées par une collectivité ;
- La loi n°2014-58 du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles ;
- La loi n°2015-991 du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République ;
- L'article 10 de la loi n° 2000-321 du 12 juillet 2000 relatif à la transparence financière des aides octroyées par les personnes publiques ;
- Le décret n° 2001-41 du 12 janvier 2001 fixant le montant en euros de la subvention reçue à partir duquel les associations sont soumises à certaines obligations ;
- Le décret n° 2001-495 du 6 juin 2001 pris pour l'application de l'article 10 de la loi n° 2000-321 ;
- L'arrêté du 11 octobre 2006 relatif au compte-rendu financier prévu par l'article 10 de la loi n° 2000-321.
- La délibération HN009-11/16/CC du Conseil de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence du 17 mars 2016 portant délégation du Conseil au Bureau de la Métropole.

Ouï le rapport ci-dessus,

Délibère

Article 1 :

Est attribuée une subvention de fonctionnement d'un montant de 1.050.000 euros à l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence, conformément aux termes de la convention d'objectifs ci-annexée, sous réserve de l'adoption du budget de la Métropole

Signé le 28 Avril 2016
Reçu au Contrôle de légalité le 18 Mai 2016

Article 2 :

Les termes de la convention d'objectifs à conclure entre la Métropole d'Aix-Marseille-Provence et l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence sont approuvés.

Article 3 :

Cette dépense sera imputée à la ligne budgétaire 95 – 65738 qui présente les disponibilités nécessaires.

Article 4 :

Monsieur le Président de la Métropole d'Aix-Marseille-Provence ou son représentant est autorisé à signer toutes les pièces afférentes à cette subvention et notamment la convention.

Cette proposition mise aux voix est adoptée à l'unanimité des membres présents.

Certifié Conforme,
Le Président de la Métropole
d'Aix-Marseille-Provence
Maire de Marseille
Sénateur des Bouches-du-Rhône

Jean-Claude GAUDIN