

**Convention d'objectifs et de moyens
entre le Conseil général de l'Isère
et l'EPIC Isère Tourisme, Comité départemental du tourisme
pour l'année 2012**

Entre le Département de l'Isère représenté par son Président,
en exécution des délibérations du 12 décembre 2011 sur la convention initiale, et des 21 juin
2012 et 18 octobre 2012, modifiant par avenant la convention initiale,

Ci après désigné, « le Département »,

D'une part,

Et

Isère Tourisme, Etablissement public dont le siège social est situé
à l'Hôtel du Département, 7 rue Fantin Latour, 38022 Grenoble,
représenté par son Président, dûment habilité par décision du 3 octobre 2012
ci après désigné « Isère Tourisme »,

D'autre part,

Il est préalablement exposé ce qui suit :

VU :

- la délibération du Conseil général de l'Isère du 17 juin 2010 décidant le principe du regroupement du service du Conseil général en charge de la politique touristique, et du Comité départemental du tourisme, au sein d'une même entité
- la délibération du Conseil général de l'Isère 26 novembre 2010, créant l'Etablissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) Isère Tourisme.
- la convention cadre d'objectifs et de moyens entre le Conseil général de l'Isère et l'EPIC Isère tourisme 2011/2014, signée le 8 juillet 2011

Préambule

La convention cadre d'objectifs et de moyens entre le Conseil général de l'Isère et l'EPIC Isère tourisme 2011/214 prévoit notamment que :

Article 1 (Objet) : « Elle (la convention-cadre) fera l'objet chaque année, d'une convention annuelle d'application précisant les objectifs prioritaires et les moyens affectés, ceci à compter de 2012, l'année 2011 étant une année de transition et de mise en place.

Article 4 (Programme d'actions prévisionnel, demande de subvention) : « Les missions confiées par le Département à Isère Tourisme font l'objet d'un programme d'actions prioritaires annuel, détaillé dans une convention annuelle d'application de la présente convention-cadre.

Ce programme d'actions annuel constitue la structure de la présentation du budget de l'EPIC par activité, qui doit être annexée à son budget (article 10.2 des statuts).»

Le présent document constitue la convention d'application de la convention pour l'année 2012.

Article 2 – PROGRAMME D’ACTION 2012

L’action d’Isère tourisme pour l’année 2012 est définie sur la base de cinq fondamentaux :

- le Schéma départemental du tourisme,
- les missions confiées par le Conseil général à Isère tourisme, et précisées dans l’article 2 de la convention-cadre
- le diagnostic stratégique fondateur de la restructuration interne de l’EPIC
- le plan marketing 2012/2014 validé par le Comité de direction d’Isère tourisme
- les projets stratégiques et de direction définis par le Conseil général

Fidéliser la clientèle

Fidéliser la clientèle en faisant progresser la qualité des produits touristiques – hébergements, activités - la professionnalisation des acteurs, et la gestion de la relation client.

Diversifier l’offre touristique

Diversifier l’offre d’hébergement et d’activité pour allonger la saison touristique et améliorer le taux d’utilisation des équipements. Développer la fréquentation estivale en montagne et agir sur les sites d’envergure que nous maîtrisons (Aéroport, Train de la Mure, Via Rhôna, Prairie de La Rencontre).

Promouvoir et vendre l’Isère

Assurer la promotion de la destination Isère via les canaux du web et de la presse ; répondre aux besoins des territoires en matière de réservation et de vente de séjours.

Valoriser la spécificité montagne de l’Isère

Conforter l’activité de la moyenne montagne, en mettant à profit les bassins de clientèle de proximité, la relation ville – montagne et l’attractivité de la montagne.

Sans pouvoir être exhaustif sur le détail des opérations qui seront effectivement conduites en 2012, sont présentées ci-après, pour chacun des pôles de l’EPIC, les actions prioritaires prévisionnelles.

1- Pôle Aménagement et développement, pôle « faire »

▪ **Propositions d’évolution pour le Schéma de développement touristique et la politique touristique départementale**

Afin de préciser et concrétiser le chapitre du « concept de tourisme vert » prévu par le Schéma de développement touristique, accompagnement des démarches de développement sur le cyclotourisme, en lien avec la Direction des routes du Conseil général, et sur le tourisme équestre, en lien avec Isère Cheval Vert.

▪ **Susciter, et développer toutes les actions qui contribuent à l’aménagement et à l’animation de l’espace départemental en matière de loisirs et de tourisme.**

Notamment, émergence du projet « Via Rhôna », participation au projet « l’Isère à vélo », contribution au développement de l’activité touristique de l’aéroport, finalisation d’une proposition pour la valorisation du site de la prairie de la rencontre et recherche de financements.

▪ **Mettre en œuvre la politique départementale de développement touristique, par l’animation des différentes politiques tourisme et montagne,**

1- Instruction technique des dossiers de subventions classiques : hébergements, associations d'échelle départementale, subventions diverses.

2- Pilotage des projets stratégiques :

- *Center Parcs des Chambarans*
- *Créer un véritable produit touristique autour du chemin de fer de La Mure*

Le renouvellement de l'opération de promotion de la Matheysine conduite en 2011 est programmé pour 2012.

3- Pilotage des projets opérationnels:

- *Faire du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et Randonnée (PDIPR) un outil de développement touristique* visant à promouvoir la randonnée pédestre, équestre et VTT ; développer les liens avec le Plan départemental des espaces, sites et itinéraires (PDESI).
- *Diversifier les activités touristiques à la montagne (contrats de développement diversifié)* : signature des chartes de massif, contractualisation des actions 2012, étude de diversification sur le massif de l'Oisans.
- (en lien avec le pôle « animation et services ») : *Etaler les migrations touristiques* : les investigations sur 2011 ayant clairement montré la nécessité de travailler avec les tour-opérateurs, nécessité d'une assistance à maîtrise d'ouvrage pour identifier les leviers et freins à la mise en place de courts séjours. Concernant les compagnies aériennes, en lien avec le gestionnaire de l'aéroport, des opérations spécifiques sur les pôles émetteurs de clientèle neige pourront être réalisées avec les grandes stations intéressées par ce partenariat. Il est demandé de mener une expérimentation par le montage de produits courts-séjours et hors format du samedi au samedi avec les stations et des hébergeurs volontaires, afin de démontrer la faisabilité et l'intérêt de ces nouveaux formats d'offre.
- *Développer les produits tout compris* : voir partie « Pôle « Promotion et commercialisation » ».

4- Suivi et coordination des affaires traitées en liaison avec les administrations, organismes et associations, au niveau local, départemental, régional et national (ceci étant valable également pour les 2 autres pôles) : Atout France ; RN2D, Rhône-Alpes Tourisme, Région, France Montagne, associations départementales, etc.

5- Participation au titre du tourisme aux projets transversaux du Conseil général notamment Agenda 21, Plan climat , SCOT 2030, PLU, etc.

▪ **Développer une expertise et une ingénierie**

1- Dans le cadre de l'offre de services, accueil et conseil des porteurs de projets publics et privés, et apport d'expertise aux directions territoriales du Conseil général sur le champ du tourisme.

Cette expertise est notamment au service des projets structurants, tels que la valorisation touristique du lac de Paladru, la Via Rhôna, l'Escandille, etc. et des démarches territoriales telles que les CDDRA, au sein des commissions tourisme.

2- Mise en place d'une assistance technique à bon de commande pour les hôteliers, afin d'atteindre les objectifs de mises aux normes incendie et accessibilité.

2- Pôle Animation et services, pôle « savoir »

▪ **Analyser régulièrement l'offre et la demande touristique**

1- Etudes pour l'année 2012, en particulier :

- relance d'enquêtes qui avaient du être abandonnées : analyse des profils et comportements des clientèles françaises en séjour
- mise en place d'indicateurs spécifiques permettant de répondre à la demande des territoires et des communes, de données d'observation locales
- développement d'enquêtes spécifiques par filière, notamment sur la filière équestre
- participation à l'étude de l'observatoire régional sur les emplois liés au tourisme

2- Le service mettra à disposition des partenaires, son savoir-faire et ses moyens techniques d'enquêtes, tel que cela a été fait en 2011 pour certaines directions du Conseil général et pour la Matheysine ou le Sud-Grenoblois.

▪ **Se positionner comme outil de prospection envers les investisseurs**

(en lien avec le pôle aménagement/développement)

1- La veille stratégique sera poursuivie, avec pour objectif une meilleure accessibilité des données, à travailler dans le cadre de la refonte de l'outil web d'Isère Tourisme.

2- L'observatoire poursuivra son travail de renseignement sur les données utiles aux porteurs de projets et gestionnaires de sites (en moyenne 1 demande par jour ouvré).

3- Travail en relation avec l'AEPI sur les demandes spécifiques au tourisme : recherche de sites notamment, recherche de lieux d'implantation correspondant à leurs cibles de clientèles, etc.

▪ **Susciter, développer toutes les mises en réseau des acteurs**

1- L'offre de services aux structures territoriales sera définie à l'issue de la consultation de celles-ci. Un bilan sera présenté au Comité de direction pour hiérarchisation des thématiques majeures sur lesquelles l'intervention départementale est parfaitement justifiée, soit par son caractère transversal, soit par le manque d'opérateur sur le sujet. Par exemple, sont pressentis :

- une opération « tous sur le web », ou comment rendre possible à chaque opérateur touristique une présence sur internet à moindre coût,
- la diffusion, pour appropriation, des enseignements des « carnets de route de la montagne », qui fixent les potentialités à exploiter pour la montagne, hiver comme été.

2- Le développement du réseau SITRA en lien avec les offices du tourisme devrait, grâce à la restructuration de 2011, permettre une meilleure animation.

3- La lettre mensuelle vers les professionnels entrera en vitesse de croisière.

4- Organisation de 2 journées d'animation de type « assises du tourisme en Isère », combinant des apports méthodologiques et stratégiques avec des ateliers de rencontres entre professionnels.

5- Lien avec la Région sur les programmes de formation à mettre en place par Rhône-Alpes-Tourisme.

▪ **Structurer l'organisation territoriale des acteurs touristiques en coordonnant notamment l'action des offices du tourisme.**

1- La réforme du classement des offices du tourisme posera la question du regroupement éventuel de certains offices du tourisme. Ce chantier est à animer avec la FDOTSI et les collectivités territoriales.

2- Organisation du concours départemental de fleurissement.

3- Pôle Promotion et commercialisation , pôle « faire-savoir »

La stratégie 2012/2014 et le plan d'action 2012 ont été validés par le Comité de direction d'Isère tourisme lors de sa réunion du 10 octobre 2011 .

Challenger des destinations leaders (été-Var et hiver-Savoie), l'Isère se positionne comme une destination de séjours alternative à l'offre estivale classique (plages du littoral) et propose une manière différente d'aborder la montagne et de pratiquer les loisirs et sports d'hiver (cf carnets de route de la montagne).

▪ **Assurer la promotion et la communication du tourisme et mener toutes actions en France et à l'étranger;**

Le plan d'action 2012 poursuit et développe la relance de la promotion touristique initiée en 2011, avec un choix stratégique reposant sur 2 piliers :

- s'appuyer sur les notoriétés des territoires et manifestations présents en Isère plutôt que développer une marque « Isère » qui nécessiterait des moyens colossaux. Il s'agit de s'appuyer sur les « locomotives » pour capter l'attention et entraîner l'ensemble de l'offre.
- valoriser en « tête de gondole » les points forts de l'Isère (présence sur des évènementiels thématiques, newsletters et sites dédiés ; brochures ciblées), selon deux axes stratégiques (thématiques porteuses et les mieux partagées par l'ensemble du territoire départemental) :
 - la montagne, la nature, l'outdoor
 - le patrimoine, l'histoire et la culture

Cette stratégie vise à être facilement indentifiable sur le web, à mettre nos actions au service des territoires, et à créer un effet d'entraînement à l'égard des offres les plus confidentielles.

Les actions de communication reposent sur 3 piliers :

- **l'utilisation du web et des NTIC** : conserver une avance technologique et concentrer les choix en fonction du meilleur référencement naturel possible
- **les relations médias (presse, etc)** : travailler la notoriété est indispensable pour attirer les prospects vers les outils web
- **les partenariats remarquables** : utiliser tous les biais permettant une visibilité de l'Isère comme destination touristique, notamment par des partenariats gagnant-gagnant d'un rapport investissement/retombées très intéressants.

Cela se traduit également par la mise en place d'outils calibrés et une mise en cohérence avec cette nouvelle stratégie :

- création d'une nouvelle charte graphique portant la communication des 2 axes stratégiques retenus,

- nouvelles éditions et diffusion renforcée des outils transversaux attendus par les professionnels: magazine « mon hiver », carte touristique, brochures thématiques cyclotourisme, randonnée, guide des stations, etc., selon des plans de diffusion spécifiques en fonction des sujets (principaux points touristiques du département, réseaux TGV et AREA, Lyon, régions ciblées, etc.)
- nouveau stand, pour une visibilité accrue du département et de ses partenaires lors des workshops, salons et manifestations

NTIC

- développement du site « amiral », et création de sites dédiés par filières
- nouvelles fonctions sur les applications téléphoniques avec principalement la mise en ligne des données d'itinéraire,

Relations presse

- organisation des accueils presse, en relation avec les territoires
- multiplication des dossiers et communiqués de presse thématiques.
- assistance aux territoires demandeurs en matière de relations presse

Gestion de la relation client (GRC)

- Nettoyage et requalification de la base de données clients
- Réponse aux demandes d'informations touristiques (environ 4 000 par an, en lien avec le pôle « animation et services »)
- newsletters thématiques
- opérations de e-marketing

Outre les actions transversales, Isère tourisme transformera les contacts avec les partenaires 2011 sur des actions de structuration et de valorisation de leurs offres : tourisme équestre, refuges, maitres restaurateurs, etc.

En outre, une enveloppe a été réservée pour mettre en scène l'information touristique sur les lieux de fort passage en Isère : gare et aéroport. Une étude de définition sera lancée avant mise en œuvre.

Enfin, grâce à la mise en place de la taxe départementale de séjour, de nouveaux moyens ont été trouvés pour promouvoir le tourisme départemental. Isère Tourisme pourra mettre en œuvre des opérations de promotion grâce aux crédits encaissés au titre de cette taxe affectée et non inscrits déjà au budget primitif du Département.

- **Contribuer à la promotion des produits touristiques réalisés par l'ensemble des professionnels et des partenaires de l'Isère.**

Cet objectif répond au projet de direction « *Développer les séjours tout compris* », inscrit dans le projet de direction de la Direction de l'aménagement des territoires. L'idée est de susciter l'envie de consommer les offres touristiques du département, à travers une offre de produits structurée.

La priorité est donnée au démarchage et à la mise en marché de la destination :

- Résa38 qui rassemble l'ensemble de l'offre iséroise en ligne, reste à ce jour l'outil central de l'aide à la commercialisation de l'offre grand public
- En outre, la plateforme « groupes » lancée fin 2011 sera étoffée et alimentée fortement en 2012.

Afin de mettre à disposition des territoires une plateforme de commercialisation plus complète, une étude de faisabilité juridique et économique sera réalisée sur le système dont

la maquette a été présentée aux grands partenaires touristiques et qui a reçu un bon accueil de principe.

L'objectif est de questionner les territoires sur leur implication mi-2011, pour une mise en place du système fin 2012.

Article 3 – MOYENS FINANCIERS, MATERIELS ET HUMAINS DU CONSEIL GENERAL

Le cadre d'attribution de l'aide financière annuelle du Département à l'EPIC, les modalités de calcul et de versements sont définies dans la convention-cadre du 8 juillet 2011, ainsi que les mises à disposition de moyens humains et matériels.

4- 1- Application à l'année 2012 sur le plan financier

La subvention à Isère Tourisme s'établit pour 2012 à : **2 983 517 €**

- **2 786 233 €** pour les moyens généraux, missions et actions, inscrits sur le budget de la politique du tourisme du Conseil général,
- 197 284 € pour les mises à disposition d'agents départementaux, inscrits sur le budget des ressources humaines du Conseil général.

La décomposition est la suivante :

- Actions classiques des pôles « animation et services », et « promotion-commercialisation » et moyens généraux attachés, dont tâches anciennement assumées par l'AGMT et reprise partielle de personnel des Logis de France : 1 552 285 €
- coût de fonctionnement de l'ancien service « tourisme et montagne » :
 - aspect humains : participation aux coûts de postes transférés : 153 900 €, poste spécifique PDIPR : 44 200 €, mises à dispositions : 197 284 €
 - aspects matériels : 34 645 €
- subventions nécessaires à la réalisation de missions identifiées réalisées en mandat pour le Département, :
 - concours départemental du fleurissement (40 000 € déjà comptabilisés au titre des actions classiques) ;
 - études et assistances à maîtrise d'ouvrage notamment pour les projets stratégiques (train de la Mure, Center parcs) et autres actions sous traitées (assistance technique hôtellerie, étude étalement des séjours) : 206 000 €
 - mise en tourisme du Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée : 50 000 €
 - opération de promotion de la Matheysine pour raison de non fonctionnement du train : 78 000 € dont 33 000 € issus du solde de l'opération de l'année 2011, soit 45 000 € de crédits nouveaux pour l'année 2012.
 - expérimentation du montage de produits concourants à l'étalement des séjours hivernaux : 210 000 €.
- Crédit de 143 203 €, afin de mener des opérations d'envergure départementale
- Grandes opérations en maîtrise d'ouvrage de l'EPIC : 200 000 € : faisabilité et lancement du système de commercialisation, investissements structurants, notamment en vue d'une présence sur les points névralgiques : aéroport, gare.

- Comme le prévoit la convention initiale 2012 en ces termes : « des participations complémentaires pourront être décidées en cours d'année, si le Conseil général souhaite confier à Isère Tourisme la réalisation de missions spécifiques », il est confié à Isère Tourisme :
 - la promotion vers le grand public de l'opération l' « Isère à vélo », en complément de l'action engagée dès 2011 par Isère Tourisme à destination des cyclotouristes, induisant le transfert des moyens de promotion inscrits sur la politique des routes du Conseil général, pour un montant de 90 000 €.
 - la réédition du guide des refuges pour le compte de l'association des gardiens de refuge de l'Isère (27 000 €)
 - le soutien au développement du label « maitres restaurateurs », par un budget de 30 000 €, pour l'accompagnement des restaurateurs vers ce label.

Conditions d'emploi

En cas d'utilisation de la subvention non conforme à l'objet de la convention, le Département pourra demander reversement des montants correspondants.

2- Mises à disposition d'agents départementaux

Inchangé par rapport à la convention-cadre.

L'EPIC remboursera au Département le montant correspondant aux postes mis à disposition, selon les dispositions prévues dans la convention de mise à disposition, pour un montant de 197 284 €, conformément à l'article 6-2-1 de la convention-cadre.

3- Moyens matériels mis à disposition

L'EPIC remboursera au Département, conformément à l'article 6-2-2 de la convention-cadre. :

- le montant forfaitaire correspondant aux moyens techniques généraux : photocopies, chauffage, entretien, etc..., pour un montant de 39 750 €,
- les frais d'affranchissement sur présentation d'un état de charges,
- la mise à disposition d'un véhicule du parc, si celui-ci était effectivement mis en place en 2012 à la demande d'Isère Tourisme.

Article 4 – DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est conclue pour la période l'année 2012.

Article 5 – MODIFICATION SUBSTANTIELLE DE LA CONVENTION

Toute modification substantielle des conditions ou modalités d'exécution des présentes devra faire l'objet d'un avenant ratifié par le Département et Isère Tourisme.

Article 6 – AUTRES MODALITES REGISSANT LA PRESENTE CONVENTION

Les règles d'exercice de cette convention d'application 2012 sont celles prévues par la convention-cadre 2011/2014 du 8 juillet 2011, modifiée par délibération du 21 juin 2012 dont elle est issue.

Fait à, le

Pour le Département,

Pour Isère Tourisme