



**Convention d'objectifs et de moyens entre  
la Communauté de communes Plaine Limagne et l'Office du  
Tourisme et du Thermalisme  
« Terra Volcana, les Pays de Volvic »**

**Période : 2025-2027**

PREAMBULE

Une convention cadre d'objectifs et de moyens vient fixer les modalités de partenariat entre l'Office de Tourisme Terra Volcana et la Communauté de communes Plaine Limagne.

La précédente convention était établie pour la période 2022-2024. La présente convention a pour objectif de poursuivre le partenariat entre les soussignés pour la période 2025-2027.

Entre les soussignés

L'Etablissement Public Industriel et Commercial dénommé Office du Tourisme et du Thermalisme Terra Volcana - les Pays de Volvic, dont le siège social est situé 27 Place de la Fédération, 63200 Riom, Présidé par Monsieur Eric Dersigny – Vice-Président délégué au développement touristique de la Communauté d'agglomération Riom Limagne et Volcans, et représenté par Madame Virginie DELAS, en sa qualité de Directrice.

et

L'Etablissement de Coopération Intercommunale dénommé « Communauté de Communes Plaine Limagne » dont le siège social est situé 158 Grande Rue – BP 23 63260 Aigueperse, représenté par Monsieur Claude RAYNAUD, en sa qualité de Président dûment habilité à l'effet des présentes par la délibération n°2021-175 en date du .....

Ci-après désignée la Plaine Limagne  
d'autre part,

CECI EXPOSE, IL A ETE CONVENU CE QUI SUIT :

## ARTICLE 1 : OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention a pour but de définir d'une part les objectifs, missions et niveaux de performance que Plaine Limagne fixe à l'OTTI pour la période 2025-2027, et d'autre part, les moyens financiers, matériels et humains qui lui seront alloués pour y parvenir.

## ARTICLE 2 : MISSIONS DE L'OTTI

### ARTICLE 2.1 : Gestion de la relation clients

#### ARTICLE 2.1.1 : Démarche qualité, classement

Chaque année, l'OTTI inscrit son niveau d'accueil et de services dans les standards du classement en catégorie I (le plus élevé pour un office de tourisme) et de la démarche de certification Destination d'Excellence dans laquelle il s'est engagé.

Il respecte les critères des deux référentiels au quotidien et veille aux retours des visiteurs et de ses partenaires sur sa qualité d'accueil et de services. Il se soumet aux différents audits requis par ces deux démarches.

#### ARTICLE 2.1.2 : Accueil et information des visiteurs

Le cœur de métier d'un office de tourisme est l'accueil et l'information des visiteurs. L'OTTI veille donc à la bonne qualité du cadre et des informations données à l'accueil (physique, numérique, téléphonique), mais également à former régulièrement son personnel d'accueil et à le doter d'outils performants leur permettant de répondre à leur mission.

Il travaille également en collaboration avec les socioprofessionnels et les collectivités pour une diffusion optimale de l'information et de la documentation. Afin d'être au plus près des flux touristiques, l'OTTI peut également être présent de façon ponctuelle sur des événements/sites touristiques phares du territoire.

#### ARTICLE 2.1.3 : Observation

Afin d'affiner sa stratégie marketing et de mettre à disposition des partenaires des indicateurs clés, l'OTTI, centralise et relaie sur ses supports de communication les données utiles du territoire.

#### ARTICLE 2.1.4 : Tourisme adapté

L'OTTI encourage toutes démarches facilitant l'accueil des publics en situation de handicap (ex : label Tourisme et Handicap) et contribue au développement de prestations touristiques adaptées en mettant en avant dans sa communication les prestations labellisées. L'OTTI veille lui-même à adapter ses locaux et outils de médiation, et à former son personnel afin de faciliter l'accueil des personnes en situation de handicap.

## ARTICLE 2.2 : STRATEGIE MARKETING

### ARTICLE 2.2.1 : Actions de promotion

L'OTTI s'engage à développer la notoriété de la destination en mettant en place des périodes les plus propices des actions de promotion adaptées aux cibles et zones géographiques stratégiques.

Pour cela, l'OTTI établit un plan d'actions annuel (achat d'espaces publicitaires, salons professionnels ...) lui permettant de valoriser les principaux axes de l'économie touristique locale : les activités de pleine nature ; le patrimoine/la culture/l'art de vivre ; le thermalisme, le bien-être et les principaux sites de visite. Il travaille également en synergie avec les acteurs institutionnels et partenaires territoriaux afin de renforcer sa présence sur les marchés locaux et régionaux et de s'affirmer sur des marchés, notamment européens, difficilement atteignables seul.

#### ARTICLE 2.2.2 : Digital

Les supports et outils digitaux sont essentiels dans la promotion et l'économie touristique. Ils sont également la porte d'entrée principale des touristes sur un territoire.

L'OTTI veille donc à mettre en place chaque année une stratégie digitale adaptée et efficiente :

- Refonte du site et de la charte graphique
- Amélioration de l'ergonomie et du référencement du site terravolcana.com ;
- Développement et animations des communautés de ses réseaux sociaux ;
- Renvoi de trafic entre les différents supports numériques ;
- Développement des liens avec les sites internet des partenaires institutionnels et privés ;
- Déploiement de campagnes webmarketing pour promouvoir le territoire et y générer des achats de séjours et/ou d'activités ;
- Veille permanente sur les nouveaux outils (IA ...) et évolutions des comportements/attentes de la clientèle.

#### ARTICLE 2.2.3 : Editions

Tout en prenant en compte la part croissante du digital, l'OTTI maintient l'édition de brochures adaptées aux besoins des prospects et clients.

Déclinant le guide marque de la destination, ces dernières (brochure d'appel, hébergements, commerces, guides thématiques ...) valorisent l'ensemble de la destination au travers de ses principaux axes, ainsi que les partenaires adhérents de l'OTTI (hébergeurs, commerces, services, événements...).

L'OTTI s'est également doté d'outils lui permettant de personnaliser à la demande ses éditions et de les adresser aux clients.

#### ARTICLE 2.2.4 : Prescripteurs

Afin de démultiplier les prises de parole sur la destination, l'OTTI est particulièrement proactif en matière de relations presse.

Il a intégré pour cela plusieurs réseaux nationaux (club presse France, club presse régional...) et maintient un lien régulier avec les principaux partenaires (CRT, CD...) et les rédactions presse, lui permettant ainsi d'élargir régulièrement sa base de contacts.

Il s'est également doté d'outils (dossier presse annuel, communiqués de presse...) lui permettant de valoriser les nouveautés et actualités de la destination.

Suivant la même logique, il travaille également les influenceurs (bloggeurs, instagrameurs...) et veille pour cela à choisir les influenceurs dont la ligne éditoriale et la communauté correspondent au positionnement et aux objectifs de la destination.

#### ARTICLE 2.2.5 : Photothèque et vidéothèque

L'image et la vidéo sont deux éléments clés en matière de promotion touristique (immersion et expériences).

L'OTTI accorde donc une attention particulière à la constitution et au renouvellement régulier de sa photothèque et vidéothèque. L'OTTI pourra réaliser des reportages photos ou vidéos lorsque cela semble nécessaire, soit sur des thématiques intéressant l'ensemble de la destination, soit sur une prestation ou un événement devant être mis en avant.

Il la met par ailleurs à disposition de ses partenaires institutionnels et privés en fonction des besoins et droits de reproduction.

La photothèque et vidéothèque pourront également intégrer les photos et vidéos fournies par les partenaires afin d'illustrer leur activité, mais également, sous condition d'acceptation de leur auteur, les photos et vidéos postées sur les réseaux sociaux de l'OTTI. Les conditions d'utilisation seront alors précisées.

L'OTTI veillera par ailleurs à respecter la réglementation en vigueur sur les droits à l'image et les droits d'auteur.

#### ARTICLE 2.2.6 : Actions commerciales

En matière de commercialisation l'OTTI joue un triple rôle :

- Revendeur : il travaille la clientèle groupes (associations, clubs sportifs, entreprises, scolaires...) en leur proposant et vendant des séjours clés en main ;
- Apporteur d'affaires : via notamment son site internet, ses opérations commerciales (pass Terra Volcana, campagnes web...), et sa billetterie (revente pour événements ou sites de visite) ;
- Facilitateur : en accompagnant gratuitement les socioprofessionnels qui le souhaitent à se doter de l'outil de réservation et de paiement en ligne régional sur leur site internet.

L'Office de Tourisme assure également la vente de produits au travers de sa boutique. Il s'est doté pour cela des outils nécessaires et accepte progressivement davantage de moyens de paiement.

Pour cette activité, il veille à :

- La gamme de produits vendus, pour qu'ils valorisent l'identité du territoire et les producteurs locaux
- Générer de l'autofinancement via cette activité (commission, marge)
- Ne pas porter concurrence aux différents commerces locaux.

En fonction de l'intérêt commercial et de l'image, l'OTTI pourra mettre en place la vente de produits siglés au nom de communes ou marques du territoire. Une convention d'usage pourra alors être passée avec le partenaire concerné.

L'OTTI met également en place un programme d'activités qu'il propose à la vente (visites guidées, ateliers dégustation...). Ces activités sont destinées à animer et à générer davantage de flux sur l'ensemble du territoire.

Afin d'en maximiser les ventes, l'OTTI s'est également doté d'un vendeur en ligne.

## ARTICLE 2.3 : GESTION DE LA RELATION PARTENAIRES

### ARTICLE 2.3.1 : Mise à jour des informations

L'OTTI sollicite chaque année l'ensemble des prestataires du territoire pour obtenir leurs informations touristiques (tarifs, nombre de chambres...) et les intégrer à la base de données régionale APIDAE.

Afin d'en améliorer la récolte, il s'est doté d'un outil permettant aux socioprofessionnels de saisir plus facilement leurs informations.

Une fois saisies et contrôlées par l'OTTI, ces données sont ensuite relayées sur les supports de communication de l'OTTI, du Département et de la Région (papiers et numériques) et utilisées à des fins d'observation.

### ARTICLE 2.3.2 : Relation partenaires

De par son rôle central, l'OTTI développe des relations privilégiées avec les prestataires touristiques du territoire et leur propose chaque année une gamme de services adaptés.

Pour qu'ils puissent en bénéficier, il établit des modalités de partenariat qu'il présente au Comité de Direction pour validation avant de les diffuser aux socioprofessionnels du territoire.

Il veille enfin à mettre en place les actions et outils lui permettant d'élargir chaque année son réseau de partenaires (site pro, souscription en ligne...).

### ARTICLE 2.3.3 : Animations de réseaux

Pour les aider à optimiser leur performance et créer du liant entre eux, l'OTTI propose également chaque année à ses partenaires un programme d'actions spécifiques (visite terrain, journées d'échanges...).

Il est également envisagé en parallèle le développement d'un réseau d'habitants ambassadeurs. En échange d'avantages privilégiés et de réductions en lien avec l'offre touristique du territoire, ils s'engagent à relayer et diffuser de l'information touristique, et à être prescripteurs auprès de leurs propres réseaux relationnels.

### ARTICLE 2.3.4 : Evénements

L'OTTI assure la promotion des événements du territoire sur ses différents supports de communication.

Il peut également venir en renfort sur la vente de billets ou assurer le lien lorsque nécessaire avec les hébergeurs. Il peut également assurer un soutien opérationnel (presse, digital...) pour certaines manifestations d'ampleur. Dans ces deux cas, ces partenariats font l'objet de conventions spécifiques. En revanche, il n'est pas organisateur ou co-organisateur de manifestations.

### ARTICLE 2.3.5 : Développement

L'OTTI peut être amené à participer à des réflexions sur différents projets du territoire dans lesquels le tourisme est prépondérant.

Afin de répondre aux différentes demandes, il met également à disposition de ses partenaires les données dont il dispose sur l'activité touristique, l'offre, ou les clientèles du territoire.

## ARTICLE 3 : FONCTIONNEMENT

### ARTICLE 3.1 : Développement durable

L'OTTI veille à adopter un fonctionnement quotidien intégrant la notion de développement durable. Que ce soit dans la gestion des éditions papiers, dans la sensibilisation des visiteurs et du personnel, dans la gestion de ses bâtiments, dans sa politique d'achats, dans la gestion de son personnel, et pour tout autre thématique pouvant intégrer des critères de développement durable.

### ARTICLE 3.2 : Ressources humaines

L'Office de Tourisme dispose, sous l'autorité du directeur, d'une équipe de collaborateurs qualifiés pour assurer les différentes missions selon les conditions de la Convention Collective Nationale des Organismes de Tourisme.

Compte tenu de l'importance des Ressources Humaines dans la qualité de services apportée par l'OT, et afin de respecter les exigences de la convention collective et de la démarche qualité, un plan de formation sera réalisé chaque année en tenant compte des demandes du personnel, des besoins de l'OT et des dispositifs de prise en charge (formations thématiques, team Building, etc...). L'objectif étant de disposer d'une équipe suffisamment qualifiée pour répondre aux enjeux actuels et à venir.

L'Office de Tourisme est également amené à collaborer avec les services, et plus particulièrement, le chargé de mission tourisme de Plaine Limagne sur les différents dossiers qu'ils seront amenés à partager. Il pourra notamment s'appuyer sur ce-dernier pour avoir un relais local auprès des élus, socioprofessionnels, et techniciens du territoire.

### ARTICLE 3.3 : Bâtiment

La communauté d'agglomération de Riom Limagne et Volcans met à disposition de l'OT 3 bâtiments sur les communes de Volvic, Châtel-Guyon et Riom. L'Office de Tourisme prend à sa charge l'ensemble des coûts de fonctionnement et s'appuie sur les services techniques de RLV en cas de besoin.

## ARTICLE 4 : FINANCEMENT

### ARTICLE 4.1 : subventions d'exploitation

En vue de contribuer à la réalisation des objectifs et missions tels que définis dans l'article 2 de la présente convention, Plaine Limagne s'engage à verser à l'OTTI une subvention annuelle, révisable chaque année, ainsi que le reversement intégral de la Taxe de séjour.

La subvention annuelle de Plaine Limagne est fixée à un montant de 75 000 € en part fixe comprenant le montant du produit de la taxe de séjour qui est reversé obligatoirement à l'OTTI, et d'une part variable venant financer des actions spécifiques pour le territoire d'un montant de 15 000 € env.

A titre illustratif, ces actions spécifiques peuvent se matérialiser par :

- L'intégration de sites et partenaires de Plaine Limagne au pass Terra Volcana
- L'organisation de visites en Plaine Limagne (visites guidées + transport) au départ des thermes à destination des curistes et de leurs accompagnants
- L'organisation de visites sur le territoire de Plaine Limagne à destination des locaux et des touristes : virées pour découvrir la chaîne des Puys et les paysages de Limagne au coucher de soleil, visites théâtralisées, virées gourmandes (rando + visites de producteurs)...
- La mise en place de corners d'accueil dans des sites stratégiques de Plaine Limagne
- La présence ponctuelle d'agents d'accueil de l'Office de Tourisme sur des événements phares de Plaine Limagne
- La réalisation de visuels complémentaires valorisant le territoire « Plaine Limagne »

Cette liste n'est pas définitive, ni exhaustive. Elle peut être renouvelée et enrichie chaque année par l'OTTI, en concertation avec Plaine Limagne, sur la base du bilan de l'année N-1 et des opportunités d'actions ponctuelles.

Le paiement de la subvention sera effectué suivant l'échéancier suivant :

- *Mars : 25 % de la part fixe, soit 17 500 €,*
- *Juillet : 25 % de la part fixe, soit 17 500 €,*
- *Octobre : 25 % de la part fixe, soit 17 500 € + 50 % du montant prévisionnel des actions spécifiques,*
- *Janvier de l'année N+1 : 25 % de la part fixe, soit 17 500 € + solde du montant des actions spécifiques. Le versement du solde de la subvention d'un montant de 17 500 € se fera par 2 mandats distincts : un du montant de la taxe de séjour perçue en année N-1 et un second du montant restant dû sur la part fixe (part fixe – montant de la taxe de séjour perçue en N-1).*

Si le montant du produit de la taxe de séjour devait dépasser le montant du dernier quart de la part fixe de la subvention d'exploitation, le delta serait alors également reversé à l'Office de Tourisme conformément à l'article L. 133-7 du code du tourisme.

Des crédits complémentaires pourront être prévus après validation par le comité de Direction et la Communauté de communes selon la nature des projets. Cela fera l'objet d'un avenant à la présente convention stipulant la nature et la durée de l'action et le montant correspondant.

#### ARTICLE 4.2 : Autofinancement

Pour alimenter les lignes de recettes de son budget, il appartiendra également à l'Office de Tourisme de développer des ressources financières propres, de façon à assurer également les moyens de son développement (produits des ventes de séjours, boutique, services aux partenaires...).

### ARTICLE 4.3 : budget prévisionnel, compte administratif et contrôle de l'activité

A la fin de chaque 1er trimestre, l'Office de Tourisme transmettra son bilan d'activité de l'année écoulée à Plaine Limagne. Il mettra également à disposition son compte administratif et son compte de gestion en cas de demande.

L'Office de Tourisme soumettra également son budget prévisionnel chaque année à l'approbation du comité de direction constitué d'élus et de socioprofessionnels de Plaine Limagne.

### ARTICLE 5 : DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est conclue pour une durée de 3 ans à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2025 et jusqu'au 31 décembre 2027.

### ARTICLE 6 : MODIFICATIONS, RESILIATION, LITIGES

Toutes modifications restent possibles, par avenant, à l'initiative de l'une ou l'autre des parties. La résiliation de la présente convention est possible par l'une ou l'autre des parties par lettre recommandée avec un préavis de 3 mois. Cette résiliation n'est pas susceptible d'entraîner le versement d'une indemnité pour l'autre partie.

Pour tout litige qui pourrait naître entre les parties quant à l'interprétation ou à l'exécution de la présente convention, les parties s'obligent préalablement à une instance à trouver un accord amiable.

Dans le cas où aucune conciliation ne pourrait intervenir, les parties font d'ores et déjà attribution aux tribunaux compétents.

A Riom, le

Pour la communauté de communes  
Plaine Limagne

Le Président

Claude RAYNAUD

Pour l'Office de tourisme et du thermalisme  
Terra Volcana, les Pays de Volvic

Le Président

Eric DERSIGNY