

Envoyé en préfecture le 01/07/2022

Reçu en préfecture le 01/07/2022

Affiché le



ID : 971-200041507-20220615-2022_CC4SDAF_40-DE

RAPPORT D'ACTIVITE 2021



PREAMBULE

Envoyé en préfecture le 01/07/2022
Reçu en préfecture le 01/07/2022
Affiché le 
ID : 971-200041507-20220615-2022_CC4SDAF_40-DE

Conformément au code du tourisme, à la loi Notré du 07.08.2015, le Conseil communautaire de la Riviera du Levant (CARL) a acté la réorganisation territoriale des offices de tourisme de son territoire dans sa délibération n°2017-CC-7S-DAJA du 18 juillet 2021 ainsi institué un Office de tourisme Intercommunal chargé d'assurer :

**L'accueil et l'information des touristes dans ses bureaux
Gosier, de Saint-Anne, de Saint-François et de la Désirade**

La promotion touristique de la CARL, en coordination avec le Comité du Tourisme des Iles de Guadeloupe

La coordination des interventions des différents partenaires du développement touristique local

Les missions facultatives, définies dans la convention d'objectifs, en ce qui concerne la mise en œuvre de la politique locale du tourisme

Rappel des bases de travail 2021

Les objectifs fixés par le CARL:

Inscrire l'OTI dans une démarche Qualité

- Mettre en place les BIT et les pôles de compétence sur la base des orientations votées par les élus.
- Etendre le classement en catégorie 3 à l'ensemble des BIT.
- Mettre en place des démarches de certification.
- Obtenir le classement des hébergements touristiques.
- Mettre en place un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information Touristique.

Inscrire l'OTI dans une démarche de Labellisation

- Etendre le classement des communes touristiques à l'OTI.
- Initier le classement en station de tourisme.
- Etendre le label « France Station Nautique » à l'OTI.
- Informer le réseau des professionnels du tourisme sur la taxe de séjour en lien avec les services communautaires.

Rappel des bases de travail 2021

Les objectifs fixés par le CARL:

Inscrire l'OTI dans une démarche de performance

- Observer et mesurer la fréquentation touristique.
- Obtenir l'immatriculation pour la commercialisation de produits touristiques.
- Assurer l'animation de la destination « Riviera du Levant ».
- Assurer la promotion de la destination « Riviera du Levant ».

Rappel des bases de travail 2021

La feuille de route fixée par le CODIR :

En collaboration avec les services communautaires, structurer les services de l'OTI afin d'en faire un outil répondant au plus haut niveau d'exigence de service vis à vis des prospects, des clients, et de l'établissement public.

- Concrétiser le territoire d'expérience Riviera du Levant vis-à-vis de la destination Guadeloupe, des prospects / clients et des socioprofessionnels.
- Accompagner l'adaptation de l'offre aux attentes et aux comportements de la clientèle.
- Faciliter la rencontre entre l'offre et la demande.

PREAMBULE

RAPPEL : COVENTION D'OBJECTIFS

La convention d'objectifs et de moyens fixée entre la CARL et l'OTI a pour objet de fixer le cadre stratégique, les principes et les modalités de mise en œuvre d'un programme d'actions lié aux orientations définies par la CARL, sous la gouvernance de son Conseil d'Administration

La stratégie d'actions de l'OTI a pour but de :

4 AXES

VALORISER le territoire de la CARL dans toute sa diversité

PROFESSIONNALISER l'ensemble des professionnels du tourisme

OPTIMISER la satisfaction client

PÉRENNISER la politique touristique par une démarche participative avec l'ensemble des acteurs du tourisme.

PREAMBULE

Envoyé en préfecture le 01/07/2022
Reçu en préfecture le 01/07/2022
Affiché le 
ID : 971-200041507-20220615-2022_CC4SDAF_40-DE

L'Office de Tourisme Intercommunal a été créé en 2017 afin de mettre en place la stratégie touristique du territoire de la CARL. Ayant comme seule source de financement depuis sa création le versement de la taxe de séjour qui s'avère être une ressource incertaine depuis la CRISE COVID 19, il est aujourd'hui primordial pour l'OTI d'opter pour une diversification de ses revenus.

Les réflexions du CODIR du 10 Décembre 2020 ont mis en exergue la possibilité pour les EPCI de percevoir une partie (30%) de la Taxe passagers collectée. Un complément de financement non négligeable qui permettrait de consolider le budget de l'OTI et de bénéficier de capacités d'investissement plus importante.

Cette dotation étant conditionnée par le classement de l'Office de tourisme Intercommunal.

Une première étape consistant à réaliser un audit qualité des OT a mis en évidence **142 fiches de non conformités.**

Envoyé en préfecture le 01/07/2022

Reçu en préfecture le 01/07/2022

Affiché le

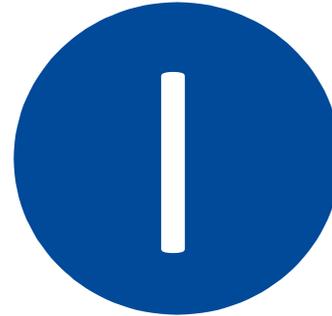
ID : 971-200041507-20220615-2022_CC4SDAF_40-DE



DE GUADELOUPE

OFFICE DE TOURISME

LE GOSIER / SAINTE-ANNE / SAINT-FRANÇOIS / LA DÉSIRADE



PLAN D' ACTIONS

PLAN D' ACTIONS

AXE 1 : STRUCTURER ET PROFESSIONNALISER L'OTI

Plan d'actions :

Initier la démarche de mise en conformité des 4 BIT : stratégie d'accueil de l'OTI (accueil physique adapté, accueil numérique, disponibilité de l'information)

Moyens :

- Un bâtiment accueillant mettant en avant les informations adaptées aux besoins des voyages (guide touristique, plan)
- Accueil physique numérique (écrans, Accès wifi)
- Formation des collaborateurs (technique de vente, langues, gestion du temps etc.)
- Optimisation des services disponible dans l'OT (boutique goodies, offres expérientielles, visites guidées)
- Présence sur le site Internet et les réseaux sociaux
- Etude quantitative et qualitative de la fréquentation des BIT

KPI'S

6 mois : 30 %
12 mois : 60 %
des non conformités
traitées

BUDGET

Ecrans : 2 800€
Guides 12 000 ex : 25 000€
Formation : 30 000€
Plans : 8 000€
Supports vidéos : 8 000€
Impressions et infographie
diverses : 4000€

PLAN D' ACTIONS

AXE 2 : VALORISER LE TERRITOIRE

Plan d'actions :

Assurer la promotion du territoire, faciliter l'accès à l'information dans et hors office de tourisme

Moyens :

- Partenariats mettant en avant le territoire et ses acteurs
- Campagne de promotion du territoire à destination de la cible locale « Ma Riviera Autrement » : développement et promotion d'offre touristique inédites sur le territoire visant à la découverte ou à la redécouverte du territoire par les locaux
- Campagne de découverte des activités du territoire: (tourisme rural, tourisme mémoriel, tourisme sport et nature)



PLAN D' ACTIONS

AXE 2 : VALORISER LE TERRITOIRE

Plan d'actions :

Assurer la promotion du territoire, faciliter l'accès à l'information dans et hors office de tourisme

Moyens :

- Carte interactive de la riviera du levant (référencements des traces pour les randos, les coins inédits nautiques et différentes activités)
- Projet « la route des saveurs de la riviera du levant » : circuit touristique visant à mettre avant le savoir-faire des restaurateurs de la Riviera du Levant (Food Tour)
- Emission culinaire dans les lieux insolites de la Riviera (valorisation des sites et du savoir faire du territoire)

Evènements :

- Route du Rhum
- Salon SITV Canada
- Salon du Tourisme et du voyage etc.



PLAN D' ACTIONS

AXE 3 : PROFESSIONNALISER LES PROFESSIONNELS

Plan d'actions :

Développer la communauté des professionnels du tourisme du territoire et les accompagner dans développement de leurs structures (professionnalisation visibilité)

Moyens :

- Campagne classement / taxe de séjour
- Webinaires à destinations des professionnels (13 sessions tous les 15 jours sur les aides, le numérique, etc.)
- Plateforme Pros sur le Site Internet (Informations, tutoriels, tourisme Tech, espaces collaboratifs)
- Répertoire des ressources professionnels de la Riviera du levant
- Opération «photos» à destination des professionnels
- Séminaire sur les métiers du tourisme (étudiants et pros)
- Séminaire des hébergeurs et des pros du tourisme

KPI'S

Création de la page pro – création de la plateforme support – taux d'adhésion

BUDGET

Séminaires : 21 000€
Refonte site web : 10 000€
Plateforme pro : 16 214€
Opération photos :
Newsletters: 1800€
Com vidéos : 8 000€
Partenariats : 6500€

PLAN D' ACTIONS

AXE 4 : OPTIMISER LA SATISFACTION CLIENT

Plan d'actions :

Développer la commercialisation d'offres touristiques expérientielles. Identifier, classifier et améliorer les besoins des différents types de voyageurs.

Moyens :

- Personnats
- Offres de produits touristiques adaptées
- Présence sur les différents points de contact du cycle du voyageur (communication)
- Observatoire touristique



Envoyé en préfecture le 01/07/2022

Reçu en préfecture le 01/07/2022

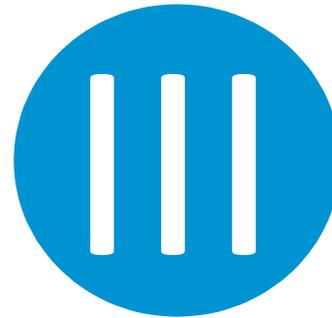
Affiché le

ID : 971-200041507-20220615-2022_CC4SDAF_40-DE



DE GUADELOUPE

OFFICE DE TOURISME
LE GOSIER / SAINTE-ANNE / SAINT-FRANÇOIS / LA DÉSIRADE



APPROCHE BUDGETAIRE

BUDGET GLOBAL PREVISIONNEL 2022

Envoyé en préfecture le 01/07/2022

Reçu en préfecture le 01/07/2022

Affiché le



ID : 971-200041507-20220615-2022_CC4SDAF_40-DE

Dénomination	Charges prévisionnelles	%
Fonctionnement	122 686€	7
Promo/Com	503 314€	33
Personnel	882 000€*	58
Amortissements	7 000€	1
Total	1 515 000€	100

Dénomination	Produits prévisionnelles	%
Taxe de séjour	900 000€	59
Convention d'objectifs	600 000€	40
Produits d'activités	15 000€	1
Autres subventions	0€	0
TOTAL	1 515 000€	100

- 540 000€ Personnel MAD 1/3 2017à2021+2022



Envoyé en préfecture le 01/07/2022
Reçu en préfecture le 01/07/2022
Affiché le **SLO**
ID : 971-200041507-20220615-2022_CC4SDAF_40-DE



**LA RIVIERA
DES ILES
DE GUADELOUPE**
OFFICE DE TOURISME
LE GOSIER / SAINTE-ANNE / SAINT-FRANÇOIS / LA DÉSIRADE

