



CONVENTION TRIENNALE D'OBJECTIFS ET DE MOYENS 2026-2028 ENTRE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES DE MARIE-GALANTE ET L'OFFICE DE TOURISME DE MARIE-GALANTE

ENTRE

La **Communauté de Communes de Marie-Galante (CCMG)**, dont le siège social est situé à la rue du Fort 97112 GRAND-BOURG et représentée par sa Présidente, Dr Maryse ETZOL,

D'une part

Et

L'**Office de Tourisme de Marie-Galante (OTMG)**, association régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, dont le siège social est situé à la rue du FORT 97112 GRAND-BOURG et représenté par sa Présidente Joselaine JELABALE,

D'autre part

PREAMBULE

Conformément aux dispositions de la loi n° 2015-991 du 7 août 2015 portant Nouvelle Organisation Territoriale de la République (loi NOTRe), la CCMG exerce la compétence obligatoire « Développement économique – Promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme ».

Dans ce cadre, la CCMG a délégué à l'Office de tourisme de Marie-Galante, sous forme associative, les missions d'accueil, d'information et de promotion touristique du territoire intercommunal, ainsi que l'organisation de manifestations contribuant à son rayonnement, notamment le festival Terre de Blues.

La présente convention s'inscrit dans le respect :

- du Code général des collectivités territoriales, notamment les articles L. 5214-16 et L. 1611-4-1 ;
- du Code du tourisme, notamment les articles L. 133-1 à L. 133-7 ;
- de la loi n° 2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations ;
- des règles applicables aux subventions publiques aux associations et au contrôle de leur emploi ;
- des principes de transparence, d'égalité et de bonne gestion des deniers publics.

La CCMG et l'Office de tourisme conviennent de conclure une convention de moyens pour la période 2026-2028, précisant les missions confiées, les objectifs à atteindre, les moyens alloués et les obligations réciproques des parties.

ARTICLE 1 – OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet de définir :

- Les missions confiées par la CCMG à l'Office de tourisme ;
- Les objectifs stratégiques et opérationnels poursuivis sur la période 2026-2028 ;
- Les moyens financiers, matériels et humains alloués par la CCMG ;
- Les modalités de suivi, d'évaluation et de contrôle de l'exécution de la convention ;
- Les obligations juridiques, financières et réglementaires des parties.

ARTICLE 2 – LA POLITIQUE TOURISTIQUE LOCALE ET LES MISSIONS CONFIEES A L'OFFICE DE TOURISME

2.1 Mise en œuvre de la politique touristique locale

La **Communauté de Communes** confie à l'**Office de Tourisme** la mise en œuvre de la politique touristique locale élaborée conjointement avec la **Communauté de Communes**.

Cette politique touristique pourra être déclinée et développée par l'**Office du Tourisme** par toute initiative adéquate y compris l'élaboration de nouveaux produits et services touristiques.

2.2 Missions confiées à l'Office de Tourisme

L'**Office de Tourisme** est chargé, par la **Communauté de Communes** de :

- Elaborer conjointement avec la CCMG la politique touristique locale
- Coordonner l'action touristique locale
- Elaborer et mettre en œuvre une politique d'accueil sur l'ensemble du territoire
- Développer et coordonner des animations touristiques et de loisirs en lien avec le tourisme d'affaires, de groupe ou de loisirs, et de développement économique
- Organiser et structurer l'offre touristique locale
- Mettre en place un observatoire local du tourisme en partenariat avec la CCMG
- Collecter la taxe de séjour et accompagner par des mesures pédagogiques et de communication au prélèvement de cette taxe auprès des contribuables
- Animer les espaces mis à sa disposition, de manière permanente (le siège de l'Office de Tourisme) ou ponctuelle (gares maritimes, esplanades portuaires ...)

Ces missions sont déclinées telles que ci-après :

- **Les missions d'accueil et d'information**

❖ Définir une politique d'accueil applicable sur l'ensemble du territoire

L'accueil des visiteurs se fera essentiellement au siège de l'Office de Tourisme et de manière itinérante sur les 3 communes de **Grand-Bourg**, **Capesterre de Marie-Galante** et **Saint Louis** afin qu'elles bénéficient du rayonnement de l'Office de Tourisme et de son action lorsque nécessaire.

La présence de l'Office de Tourisme doit être visible sur tous les événements de Marie-Galante, en adaptant l'intervention et le niveau d'accueil selon le type d'évènement. Les espaces stratégiques comme la gare maritime de Grand-Bourg, le port de St Louis, et les plages de Capesterre sont aussi des espaces à investir ponctuellement pour réaliser cette mission.

L'office de tourisme devra adapter ses horaires pour tenir compte des périodes de haute saison (décembre à avril) et la période dite estivale (juillet/août) afin d'assurer une plus grande amplitude horaire aux visiteurs, incluant le week-end et les jours fériés ou une partie de ceux-ci.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Nombre de visiteurs accueilli tout au long de l'année dans les murs et hors les murs de l'Office de Tourisme (visites comptoirs, appels téléphoniques, messages Internet et réseaux...)*
- *Nombre d'évènement auxquels l'Office de Tourisme participe sur Marie-Galante et hors Marie-Galante*
- *Indications sur les catégories de demandes, le profil des demandeurs (âges, compositions familiales, CSP...), les origines géographiques*

❖ Assurer l'accueil et l'information des visiteurs dans les meilleures conditions

La qualité de l'accueil des visiteurs doit être mise en avant. L'information à leur communiquer doit porter autant sur les services et prestations touristiques que sur les informations utiles et nécessaires à tout visiteur arrivant sur l'île (santé, sécurité, adresses et contacts des services publics, traditions locales, transports etc...).

Le personnel doit être formé à l'accueil des visiteurs. Il doit maîtriser le créole, l'anglais, et avoir des notions en espagnol et italien. Il doit connaître parfaitement les activités et sites conseillés aux visiteurs.

Les locaux d'accueil doivent être accessibles à tous, et doivent proposer des visuels statiques et dynamiques utiles aux visiteurs.

Un service permanent de réponses aux courriers et aux appels téléphoniques, courriels et autres messages devra être assuré ceci quelle que soit la provenance de la demande : touristes, visiteurs, plaisanciers, professionnels...

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Niveau de satisfaction des actions d'accueil et d'information des visiteurs par des enquêtes de satisfaction réalisées en plusieurs temps de l'année auprès des hébergeurs, des restaurateurs, des visiteurs ... et par l'analyse des réclamations reçues*
- *Nombre de formations et leurs spécialités suivies par le personnel d'accueil de l'Office de Tourisme*
- *Nombre de visites de terrains organisées par l'Office de Tourisme pour ses équipes, ses adhérents et autres partenaires (Eductour, voyage de presse, ...)*

❖ Concevoir et réaliser des supports et outils d'information de promouvoir la destination Marie-Galante et mieux informer les visiteurs

L'**Office de Tourisme** doit concevoir des supports et outils d'informations variés, adaptés aux différents publics, et rédigés en plusieurs langues :

- Site Internet
- Réseaux sociaux
- Applications pour mobile
- Supports papiers et digitaux
- Vidéos ...

Les informations doivent être actualisées régulièrement pour être justes et précises tout au long de l'année.

Les supports doivent innover et ne pas omettre les points stratégiques de Marie-Galante (sites, évènements, traditions, activités ...).

Ils doivent respecter une charte graphique conçue pour répondre aux orientations touristiques définies par les partenaires.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Nombre et types de supports créés et diffusés*
- *Nombre d'actualisation et nombre d'informations inexactes diffusées sur les supports*
- *Mesure des cibles visées et atteintes par les différents supports*
- *Mesure des données de fréquentation du site internet, des contacts via les réseaux et lors des évènements*

▪ La promotion

❖ Définir de concert avec la Communauté de Communes la politique de marketing et de communication touristique

Des objectifs précis et conformes aux orientations touristiques fixées par la **Communauté de Communes** devront être proposés par l'**Office de Tourisme** pour élaborer les axes du marketing territorial et de la communication touristique à destination des cibles retenues.

Ces axes devront s'appuyer sur la marque « **Marie-Galante Si Vraie !** » dans laquelle l'**Office de Tourisme** sera pleinement impliqué.

Un accent particulier devra être porté sur l'accueil des plaisanciers.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Mesure de la conformité de la politique marketing et de communication touristique avec les orientations touristiques fixées par la Communauté de Communes.*
- *Nombre de membres de l'Office de Tourisme labélisés « Marie-Galante Si Vraie ! »*
- *Stratégie et supports créés et diffusés pour les plaisanciers*

❖ **Renforcer l'identité et l'image de la destination Marie-Galante en liaison avec le Comité de Tourisme des Îles de Guadeloupe et la Communauté de Communes**

La destination « **Marie-Galante** » doit être plus visible dans les actions de promotion menées par le **Comité de Tourisme des Îles de Guadeloupe**. Un travail partenarial doit être véritablement engagé pour mutualiser les actions et valoriser le territoire conformément aux politiques engagées localement. La présence des représentants de Marie-Galante au sein du CTIG doit être identifiée et doit se traduire par une implication active. La présence du CTIG sur Marie-Galante doit tout autant être plus marquante et visible. Leur accompagnement sur les événements d'envergure doit être à la hauteur de chaque événement et des attentes en matière de retombées promotionnelles de l'île.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Nombre d'article et de références à Marie-Galante sur les supports du CTIG.*
- *Nombre de visiteurs ayant choisi la destination Marie-Galante grâce aux actions de communication et de promotion du CTIG*
- *Éléments didactiques du territoire présent dans la communication du CTIG (évolution du produit et de la destination Marie-Galante)*

❖ **Commercialiser des supports de promotion et de communication destinés à la vente ou au don via une boutique interne**

L'**Office de Tourisme** peut concevoir et vendre des supports de promotion et de communication. Ils devront refléter l'image de Marie-Galante et intégrer une démarche « développement durable » au travers de leur conception et de leur utilité. Ces supports doivent permettre de dégager un bénéfice, même modeste.

Des dons pourront être envisagés lors d'événements sur et hors le territoire si cette action répond à une stratégie entrant dans le champ d'action de l'Office de Tourisme.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Quantité de supports vendus et bilan comptable de l'action*
- *Quantité de supports remis gracieusement, en justifiant les cibles et les objectifs de l'action*

❖ Renforcer les actions de promotion auprès des marchés cibles

Les actions de promotion à destination des visiteurs en provenance des Antilles seront favorisées pour encourager la venue de publics sur des séjours courts (3 à 5 jours) et des séjours longs. Des produits appropriés devront être élaborés pour favoriser la découverte des atouts de Marie-Galante, favoriser les retours familiaux pendant les périodes de vacances scolaires et les longs week-ends. L'objectif à viser est que chaque Guadeloupéen vienne séjourner au moins une fois tous les 2 ans à Marie-Galante et que les publics en provenance de La Dominique, de Martinique, de St Martin et de St Barthélémy soient plus nombreux chaque année (+10%/an).

Un travail partenarial devra être engagé avec les compagnies maritimes pour concevoir des produits d'appel, coordonner des actions de promotions, organiser les conditions d'accueil et l'adaptation si besoin des horaires de départs et d'arrivée des compagnies dans les ports de Marie-Galante ainsi que toute action favorisant la venue des visiteurs.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Mesure de l'évolution du nombre de visiteurs et part des visiteurs en fonction de leur provenance*
- *Actions de promotion de la destination Marie-Galante dans les Antilles*
- *Mesure de la perception de la destination « Marie-Galante » par les Antillais*
- *Nombre de partenariats créés avec les territoires cibles*

▪ **L'animation touristique**

❖ Concevoir et réaliser des animations à destination de la population locale et des touristes

L'Office de Tourisme organisera des actions de loisirs et de valorisation du territoire (visites guidées, expositions, randonnées pédestres ou cyclistes, activités nautique, salons, marchés ...) et toute animation événementielle ou action visant à développer les différentes formes de tourisme. Il s'associera aux événements culturels, sportifs, traditionnels, économiques, culturels, patrimonial ... portés par le monde associatif et les collectivités pour mettre en avant la destination « **Marie-Galante** » et valoriser les produits et services locaux. Peuvent-être ciblées les formes de tourisme suivantes :

- **Familiale** : en proposant des animations pour tous les âges
- **Retour au pays** : en créant un lien fort avec les Marie-Galantais(e) expatriés pour favoriser leur retour régulier au pays
- **Loisirs et activités sportives** : en faisant de Marie-Galante une terre sportive pour la pratique de nombreuses activités de plein air (kitesurf, natation, trail, vélo route et tout-terrain, course et marche à pied, pêche, sports de plage...)
- **Artisanal et économique** : en mettant en avant le savoir-faire local (cuisine, agri transformation, filière canne/sucre/rhum, restauration, ...)
- **Culturel et patrimonial** : en contribuant aux événements marquant de Marie-Galante sur les différentes saisons (Chanté Noël, Carnaval, Festival terre de Blues, concerts, fêtes patronales...) et en mettant en avant le patrimoine humain (écrivains, musiciens)

, artistes...), naturel (espaces protégés, sites et points de découvertes...) monumental (moulins, usines, habitat...) et historique (histoire de l'esclavage, de l'exploitation de la canne à sucre ...)

- **Plaisance** : en accompagnant le développement de la plaisance et des services à destination des plaisanciers

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Nombre d'animations organisées par l'Office de Tourisme et mesure qualitative et quantitative des participants*
- *Moyens financiers et humains accordés à ces actions*

❖ Assurer la maîtrise d'ouvrage du Festival Terre de Blues de Marie-Galante

Le **Festival Terre de Blues de Marie-Galante** est l'évènement phare de l'année qui contribue au rayonnement de l'île. Qualifié de plus grand festival des Antilles grâce à son histoire et à ses programmations de qualité, il joue un rôle essentiel pour le rayonnement de Marie-Galante dans les Antilles, pour les retombées qu'il procure localement, pour l'attachement des Marie-Galantais(e)s à cet évènement.

L'**Office de Tourisme** en assure la complète organisation, en respectant les procédures réglementaires inhérentes : sécurité, finances, marchés publics, occupation des espaces publics, environnement et propreté...

La **Communauté de Communes** établit chaque année une convention garantissant le soutien des collectivités de Marie-Galante par leurs contributions financières, techniques, logistiques, administratives.

L'**Office de Tourisme** est le garant de l'équilibre financier du Festival pour lequel il doit rechercher les partenaires les plus en adéquation avec le niveau requis. Un budget prévisionnel devra être établi et présenté à la Communauté de Communes pour validation 3 mois avant le début du festival. Un bilan financier et moral sera dressé dans les 6 mois suivant la manifestation.

L'**Office de Tourisme** doit s'entourer des professionnels selon les postes et fonctions nécessaires à la bonne marche de l'évènement.

Il doit mettre en œuvre toutes les actions favorisant les retombées économiques pour l'île notamment par la maîtrise des animations « Off » et le respect des contractualisations.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Equilibre financier de la manifestation*
- *Retombées économiques du festival*
- *Fréquentation globale*
- *Taux de Retour des visiteurs*

❖ **Créer un évènement marquant valorisant la filière Cane à sucre dans les conditions définies par la Communauté de Communes.**

La filière « *canne/rhum/sucre* » représente l'activité qui entretient l'image authentique de Marie-Galante en façonnant les paysages, en forgeant le caractère de ses femmes et de ses hommes, en faisant perdurer des savoir-faire ancestraux au rayonnement international. Elle est aussi le poumon économique de l'île.

En associant les acteurs de la filière, en mesurant la dimension pertinente d'un évènement porteur et impactant, l'**Office de Tourisme** devra concevoir un évènement qui saura mettre en avant sous des regards historiques, contemporains et modernes la filière et ses débouchés. Il devra s'inscrire dans le calendrier évènementiel de l'île sur une période la plus propice, et dans le calendrier international lié à la filière pour favoriser son attractivité auprès des acteurs majeurs.

Cet évènement devra réunir les professionnels du sucre, les distilleries à rhum, les professionnels de la restauration, les exploitants et le monde agricole.

Il pourra être annuel ou biennal, il devra rayonner sur les 3 communes, son équilibre budgétaire devra être atteint et les retombées sur l'île devront être mesurables et impactantes.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Equilibre financier de la manifestation*
- *Retombées économiques du festival*
- *Fréquentation globale*
- *Taux de Retour des visiteurs*

▪ **La coordination et la structuration de l'offre touristique locale**

❖ **Assurer la promotion conjointe des diverses richesses patrimoniales, culturelles, touristiques, évènementielles de la destination,**

Les supports de communication, les animations et les conseils aux visiteurs devront porter sur les richesses patrimoniales, culturelles, touristiques et évènementielles de Marie-Galante.

L'office de Tourisme s'appuiera sur les travaux et actions initiées par la CCMG notamment via le programme Territoire Engagé pour la Nature (T.E.N)

Le personnel de l'**Office de Tourisme** devra connaître parfaitement les richesses identifiées pour en assurer une juste et motivante transcription.

Les propriétaires devront être associés et leur accord devra être obtenu pour qu'ils puissent être intégrés dans les actions de l'**Office de Tourisme**.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Listage des richesses locales et leur évaluation qualitative (public cible, capacités d'accueil, rayonnement...)*
- *Nombre de visiteurs par sites et satisfaction*

❖ **Fédérer les prestataires et les impliquer dans la valorisation de la destination.**

Les premiers acteurs de la promotion de Marie-Galante doivent être les habitants et les professionnels du tourisme.

L'adhésion des acteurs du tourisme à l'**Office de Tourisme** doit être une évidence pour tous les professionnels et leur implication et leur investissement doit favoriser l'action de l'établissement pour l'ensemble de ses missions. La **Communauté de Communes** doit être aussi perçue comme le partenaire privilégié des politiques touristiques à déployer.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Nombre d'adhérent à l'Office de Tourisme et part de ces adhérents sur le nombre de professionnels*
- *Satisfaction des adhérents dans les actions de l'Office de Tourisme (enquête annuelle)*

❖ **Mobiliser et animer le réseau des professionnels dans la mise en œuvre d'une démarche qualité et de la marque « Marie-Galante Si Vraie ! »**

La qualité de l'accueil, des prestations et des équipements touristiques est le gage de la fidélisation de la clientèle et de la durée de leur séjour.

L'**Office de Tourisme** devra enclencher des opérations de démarche qualité pour moderniser chaque domaine. Concernant les hébergements et leur classement, un objectif de 10%/an de montée en gamme sur la totalité des hébergements de Marie-Galante est fixé.

L'appui de la marque « **Marie-Galante Si Vraie !** » permettra de cibler les opérateurs, services, prestations et productions authentiques et conformes aux exigences du cahier des charges.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Nombre d'hébergements qui montent en gamme chaque année*
- *Nombre de prestataire du tourisme éligible à la marque « Marie-Galante Si Vraie ! »*
- *Nombre de supports de communication et/ou d'événements où la marque est diffusée*

- **La création et l'animation d'un observatoire local**

❖ **Mesurer la fréquentation et les niveaux de satisfaction des visiteurs**

L'économie touristique doit être évaluée et mesurée dans toutes ses dimensions. Cette mesure ne permet pas aujourd'hui de connaître le réel impact du tourisme sur l'économie locale.

Des mesures statistiques qualitatives et quantitatives doivent être réalisées et projetées dans un bilan annuel. Cet observatoire permettra d'orienter les politiques, de corriger les actions inefficaces et de cibler des objectifs cohérents visant des retombées clairement définies par tous les acteurs.

L'**Office de Tourisme**, avec l'appui de la **Communauté de Communes**, réalisera les enquêtes et leurs analyses pour les traduire sur un support et les présenter annuellement auprès des différents partenaires.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Production d'un rapport annuel sur l'économie touristique à Marie-Galante*
- *Présentation et diffusion des données importantes du rapport annuel*

- ***Le prélèvement de la taxe de séjour et les actions de pédagogie auprès des professionnels***

L'Office de Tourisme assure la gestion opérationnelle de la taxe de séjour pour le compte de la CCMG.

Pour que les professionnels du tourisme comprennent l'intérêt de cette taxe et la rigueur avec laquelle ils doivent la prélever, des actions d'information et de pédagogie devront être engagées auprès des préleveurs.

L'Office de Tourisme et la Communauté de Communes se coordonnent pour mener des actions en leur direction afin de favoriser l'acceptation de cette taxe et d'apporter les conseils et accompagnements utiles à son bon prélèvement.

Un retour auprès des acteurs du tourisme doit être effectué annuellement pour justifier de l'emploi des recettes

Il produit un bilan annuel des recettes et veille au respect de la réglementation.

La taxe de séjour a été instaurée en 2019 par la CCMG. Sa gestion est assurée jusqu'en septembre 2021 par les services de la CCMG. A compter de cette date ou au plus tôt, l'Office de Tourisme se voit confier le prélèvement de cette taxe en organisant son service et en désignant les régisseurs qui seront proposés pour cette gestion. Les agents en charge de la régie seront formés aux règles de manipulation des fonds publics. Ils devront favoriser auprès des professionnels le règlement en ligne.

Un rapport annuel consolidé est présenté au comité de suivi et au Conseil communautaire.

Indicateurs de suivi et d'évaluation :

- *Montant annuel collecté ;*
- *Taux de conformité des déclarations ;*
- *Actions de pédagogie réalisées.*

▪ Le classement de l'Office du Tourisme

Les offices de tourisme peuvent se faire classer, dans le cadre d'une démarche volontaire. Le classement constitue un levier puissant pour renforcer leur rôle fédérateur au regard de l'action touristique à développer dans leur zone géographique d'intervention et permet aux collectivités d'accéder à certains avantages : le classement de l'office de tourisme en catégorie II permet aux communes de sa zone de compétence d'obtenir la dénomination de commune touristique et le classement en catégorie I permet d'accéder au classement en station de tourisme qui constitue la reconnaissance d'un accueil d'excellence.

Le classement préfectoral est une démarche volontaire qui contribue à :

- Renseigner et rassurer les visiteurs sur la variété et le niveau des services qu'ils peuvent attendre de la structure, reconnue par l'Etat.
- Accroître la visibilité institutionnelle de l'Office de Tourisme, pour engager une politique d'investissements, de développement ou de maintien des services ; mettre en adéquation les moyens et les ambitions.
- Apparaître comme le moteur d'une destination structurée, professionnelle et dynamique, pour donner de la reconnaissance à la mobilisation des acteurs du tourisme et encourager leurs efforts communs.

Le classement préfectoral des Offices de Tourisme se fait selon des catégories, passées en 2019 de 3 à 2, la catégorie 1 étant la plus haute. Ces catégories reflètent les engagements de service à l'égard des clientèles et l'adéquation de l'organisation de l'Office de Tourisme à ses missions :

- Accueil et information touristique, proposition d'autres services aux clientèles et variété de ceux-ci ;
- Développement d'une politique de promotion ciblée, déploiement d'une promotion d'envergure nationale ou internationale ;
- Mise en place d'outils d'écoute et d'amélioration de la qualité des services rendus, certification ou labellisation sur la base d'un référentiel national ou international de la qualité de service.

Le classement de l'Office de Tourisme est obligatoire pour :

- Permettre aux communes qui le souhaitent et répondant aux critères de se classer en tant que Commune Touristique. Pour cela l'Office de Tourisme doit être a minima classé en Catégorie 2.
- Permettre aux communes qui le souhaitent, déjà classées Communes Touristiques et répondant aux critères, de se classer en tant que Station. Pour cela l'Office de Tourisme doit être classé en catégorie 1.
- Solliciter la Marque Qualité Tourisme™. Pour cela l'Office de Tourisme doit être classé en Catégorie 2 et l'obtention de cette marque est impérative pour le classement en Catégorie 1.

L'office du tourisme de devra entreprendre toutes les démarches permettant à la CCMG de solliciter le classement en catégorie I ou II conformément aux critères prévus par l'arrêté du 16 avril 2019.

ARTICLE 3 – OBLIGATIONS GÉNÉRALES DE L'OFFICE DE TOURISME

L'Office de tourisme s'engage à :

3.1 Gestion administrative et financière

- Utiliser les fonds publics exclusivement pour l'objet de la convention
- Tenir une comptabilité conforme au plan comptable,
- Identifier distinctement, dans sa comptabilité, les financements publics de la CCMG,
- Se soumettre à tout contrôle administratif ou financier diligenté par la CCMG ou par les autorités compétentes.

3.2 Transparence et présentation des comptes

- Produire annuellement un rapport d'activités et un rapport financier détaillé ;
- Transmettre à la CCMG les comptes approuvés par l'assemblée générale ;
- Informer sans délai la CCMG de toute difficulté financière ou juridique susceptible d'affecter l'exécution de la convention.

3.3 Respect des règles réglementaires

- Respecter les règles de la commande publique lorsqu'il agit pour le compte de la CCMG ou dans le cadre de manifestations financées majoritairement par des fonds publics ;
- Respecter la réglementation en matière de sécurité des manifestations, d'occupation du domaine public, d'environnement et de droit du travail ;
- Se conformer aux obligations relatives à la protection des données personnelles (RGPD).

3.4 Assurances

L'Office de tourisme s'engage à souscrire toutes assurances nécessaires couvrant ses activités, ses biens, ses personnels, ses bénévoles et les manifestations organisées

Aussi, l'Office de Tourisme remet chaque année à la Communauté de Communes, au plus tard le 30 avril, les éléments suivants :

Pour l'année écoulée :

- Compte de résultat
- Un bilan comptable
- Rapport du commissaire aux comptes le cas échéants
- Rapport d'activité détaillé
- Transmettre les comptes approuvés par l'assemblée générale

Pour l'exercice en cours :

- Une présentation des activités prévisionnelles,
- Un budget prévisionnel incluant la demande de subvention pour l'année à venir

Une présentation de ces rapports sera effectuée d'abord en *Commission des Affaires Economiques et Financières*, puis en *Conseil Communautaire*.

ARTICLE 4 – ENGAGEMENTS DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES

La CCMG s'engage à :

4.1 Soutien financier

La CCMG attribue à l'Office de tourisme une subvention annuelle de fonctionnement, vote chaque année par le Conseil communautaire, conditionnée:

- au respect des objectifs de la présente convention.

La subvention de fonctionnement de 280 000€ par an et sera versée sous forme de trois acomptes :

- 130 000€ à la signature de la convention la première année, puis en février des années suivantes
- 130 000€ en juillet
- 20 000 € en septembre

D'autre part, afin de renforcer la capacité de Trésorerie de l'OTMG, une subvention exceptionnelle de 200 000€ sera versée à la signature de la présente convention. Cette dotation permettra à l'OTMG de renforcer sa capacité de trésorerie.

En contrepartie, il sera demandé à l'OTMG, dans le cadre de l'organisation du festival Terre de Blues, de respecter strictement un budget défini par la convention ad hoc pour cet évènement.

Des crédits complémentaires sous forme de subventions exceptionnels et de subventions d'investissements pourront être affectés à l'Office de Tourisme pour des actions spécifiques ne pouvant être supportées sur ses fonds propres et représentant un intérêt stratégique réel. Ces crédits seront attribués comme toute demande de subvention, sur présentation d'un projet faisant apparaître un budget prévisionnel, les objectifs de l'opération, les moyens nécessaires et recherchés, les résultats attendus. Ce dossier devra être transmis **avant le 15 février** de chaque année pour une subvention sur l'année en cours. Il fera l'objet d'une convention spécifique.

Ces crédits complémentaires peuvent concerner :

- Le **Festival Terre de Blues de Marie-Galante**
- Les animations territoriales confiées par la **Communauté de Communes** à l'**Office de Tourisme** comme le **Rallye des Îles du Soleil** et l'évènement autour de la filière « **canne/sucre/rhum** »
- Des études
- Des acquisitions et des équipements

4.2 Moyens matériels et techniques

La **Communauté de Communes** met gracieusement à disposition de l'**Office de Tourisme** les locaux nécessaires à l'établissement de son siège social et de l'accueil des visiteurs.

L'**Office de Tourisme** s'engage à entretenir et gérer ces locaux « *en bon père de famille* » en le tenant propre, en effectuant les petites réparations et l'entretien courant, et en réduisant les consommations de fluides (eau, électricités...).

En cas de dysfonctionnement majeur ou de comportement inapproprié, la convention sera suspendue, aux frais et charges de l'occupant.

ARTICLE 5 – GOUVERNANCE, SUIVI ET ÉVALUATION

Un comité de suivi est institué. Il est composé de 4 représentants de la CCMG et de 4 représentants l'Office de tourisme. Il se réunit au moins une fois par an pour :

- examiner l'état d'avancement des objectifs,
- analyser les indicateurs de suivi et d'évaluation,
- proposer, le cas échéant, des ajustements par avenant,

ARTICLE 6 – MODALITÉS DE CONTRÔLE

Conformément à l'article L. 1611-4 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT), la CCMG peut procéder ou faire procéder à tout contrôle visant à vérifier la conformité de l'utilisation des fonds publics versés.

En cas de manquement grave, la CCMG se réserve le droit de suspendre ou de demander le reversement de tout ou partie des sommes versées.

ARTICLE 7 – DURÉE

La présente convention est conclue pour une durée de **trois (3) ans**, à compter de sa date de signature.

Elle ne peut être renouvelée tacitement.

ARTICLE 8 – RÉSILIATION

La convention peut être résiliée de plein droit par l'une ou l'autre des parties, en cas de manquement grave, après mise en demeure restée sans effet dans un délai de deux mois.

ARTICLE 9 – AVENANTS

Toute modification substantielle de la présente convention fera l'objet d'un avenant écrit approuvé par les organes délibérants compétents.

Fait à Grand-Bourg, le **13 FEV. 2026**

Pour la Communauté de Communes

La Présidente,

Dr Maryse ETZOL



Pour l'Office de Tourisme

OFFICE DU TOURISME DE MARIE-GALANTE
La Présidente, Rue Pierre LEROY
97112 GRAND-BOURG
Tél : 0590 97 56 51 - Fax : 0590 97 56 54
Siret : 409 884 525 00018 - APE : 7990Z
Joséline GÉLABALE