



**CONVENTION ANNUELLE D'OBJECTIFS ET DE MOYENS
ENTRE LA COMMUNAUTE DE COMMUNES CERE ET GOUL EN CARLADES
ET L'OFFICE DE TOURISME DU CARLADES
ANNEE 2026**

Entre les soussignés :

La Communauté de communes Cère et Goul en Carladès, Établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre, dont le siège est situé 6 Rue de l'Elancèze, 15800 Vic-sur-Cère, représentée par sa Présidente, Madame Dominique BRU, dûment habilitée à signer la présente convention par la délibération de son Conseil communautaire en date du 29 janvier 2026.

Ci-après désignée « la Communauté ».

D'une part,

Et

L'Office de Tourisme du Carladès, Établissement public local à caractère industriel ou commercial, dont le siège social est situé Avenue André Mercier, 15800 Vic-sur-Cère, immatriculé au SIREN sous le numéro 493 526 552, représenté par son Directeur, Mathieu ALLAIN, dûment habilité à signer la présente convention par la délibération de son Comité de Direction en date 10/03/2026.

Ci-après désigné « l'Office de Tourisme ».

D'autre part,

IL EST CONVENU CE QUI SUIT :

Article 1 : Objet de la Convention

La présente convention annuelle s'inscrit dans le cadre de la convention-cadre de partenariat conclue entre la Communauté et l'Office de Tourisme, en date du 10 décembre 2025. Elle a pour objet de définir, pour l'année 2026, les objectifs opérationnels, les actions spécifiques à mettre en œuvre ainsi que les moyens financiers complémentaires alloués par la Communauté de communes pour leur réalisation.

Article 2 : Objectifs opérationnels pour l'année 2026

Conformément à la convention-cadre, l'Office de Tourisme du Carladès est chargé de :

- Accueil et information
- Promotion de la destination
- Animation, coordination et accompagnement
- Déploiement et animation de la marque "Carladès"
- Positionnement et commercialisation de produits touristiques
- Taxe de Séjour
- Suivi et structuration

Article 3 : Soutien financier de la Communauté de communes

Le montant du soutien financier de la Communauté de communes est fixé annuellement par délibération du Conseil communautaire.

3.1. Subvention pour le financement des postes permanents

Conformément à la convention-cadre, la Communauté de communes attribue à l'Office de Tourisme une subvention d'un montant de 147 775 € pour l'année 2026 au titre du financement des postes permanents (5 ETP maximum).

3.2. Subvention pour les actions complémentaires

Conformément à la convention-cadre, la Communauté de communes attribue à l'Office de Tourisme une subvention d'un montant de 14 000 € pour l'année 2026 destinée à cofinancer la création du nouveau site internet de l'Office de Tourisme en complément des actions de l'Article 2 de la présente convention.

3.3 Modalités de versement :

Le versement de cette subvention de fonctionnement s'effectuera en deux versements :

- Une avance de 75% du montant total, soit 110 831,25 €, sera versée à la signature de la présente convention et après réception de l'attestation de démarrage de l'opération par l'Office de Tourisme.
- Le solde de du montant total sera versé après le dépôt du bilan et du compte-rendu financier mentionnés à l'Article 4 et contrôle de service fait par la Communauté de communes.

Le versement de la dotation pour la création du site internet sera versée après le dépôt du bilan de l'action et du compte-rendu financier mentionnés à l'Article 4 et contrôle de service fait par la Communauté de communes.

Article 4 : Suivi et évaluation

4.1 Avenant

La présente convention ne peut être modifiée que par avenant signé par la Communauté et l'Office de tourisme. Les avenants ultérieurs feront partie de la présente convention et seront soumis à l'ensemble des dispositions non contraires qui la régissent. La demande de modification de la présente convention doit préciser l'objet de la modification, sa cause et toutes les conséquences qu'elle emporte.

4.2 Dépôt du bilan et du compte-rendu financier

L'Office de Tourisme s'engage à évaluer son action et à mesurer son impact. Il fournira à la Communauté de communes :

- Un rapport d'activité annuel qui rendra compte des objectifs fixés par la présente convention, avec des indicateurs de performance pertinents.
- Un compte-rendu financier de la subvention, détaillant l'utilisation des fonds.

Ces documents devront être transmis à la Communauté de communes au plus tard le 31 mars de l'année suivant la période couverte.

4.3 Contrôle

Pendant et au terme de la présente convention, un contrôle sur place peut être réalisé par la Communauté. L'Office de Tourisme s'engage à faciliter l'accès à toutes pièces justificatives des dépenses et tous autres documents dont la production serait jugée utile dans le cadre de ce contrôle conformément au décret du 25 juin 1934 relatif aux subventions aux sociétés privées. Le refus de leur communication entraîne la suppression de la subvention conformément à l'article 14 du décret-loi du 2 mai 1938.

4.4 Sanctions

En cas d'inexécution ou de modification substantielle et en cas de retard significatif des conditions d'exécution de la convention par l'Office de Tourisme sans l'accord écrit de la Communauté, celle-ci peut respectivement ordonner le reversement de tout ou partie des sommes déjà versées au titre de la présente convention conformément à l'article 43-IV de la loi n° 96-314 du 12 avril 1996, la suspension de la subvention ou la diminution de son montant, après examen des justificatifs présentés par l'Office de Tourisme et avoir entendu ses représentants.

Tout refus de communication ou toute communication tardive du compte rendu financier mentionné à l'article 6 entraîne la suppression de la subvention en application de l'article 112 de la loi n°45-0195 du 31 décembre 1945. Tout refus de communication des comptes entraîne également la suppression de la subvention conformément à l'article 14 du décret-loi du 2 mai 1938.

Article 5 : Durée et Résiliation

La présente convention prend effet du 1er janvier 2026 et au 31 décembre 2026. Elle ne peut être résiliée de manière anticipée qu'en cas de manquement grave de l'une des parties à ses obligations.

Article 6 - Annexes

Les annexes I, II et III font partie intégrante de la présente convention.

Article 7 : Recours

Tout litige résultant de l'exécution de la présente convention est du ressort du tribunal administratif de Clermont-Ferrand.

Fait à Vic sur Cère, le 11/03/2026

En deux exemplaires originaux.

Pour l'Office de tourisme

Le Directeur,



M. Mathieu ALLAIN

Pour la Communauté de communes

La Présidente,



Mme Dominique BRU

OFFICE DU TOURISME DU CARLADÈS
Avenue André Mercier
15800 VIC-SUR-CÈRE
Tél. 04 71 47 50 68
E-mail : tourisme@carladès.fr

ANNEXE I

FONCTIONNEMENT GENERAL ET ACTIONS

L'annexe peut être enrichie autant que de besoin pour intégrer le plan actions de l'Office de Tourisme

Fonctionnement général

a) **Objectif(s)** :

En complément de ses missions récurrentes listées à l'article 2 de la présente convention, l'Office de Tourisme s'engage à mener les actions spécifiques suivantes, alignées à la fois sur sa stratégie de positionnement marketing et sur la stratégie touristique de la Communauté de communes. Ces actions sont réparties selon les missions définies dans la convention-cadre, comme suit :

- **Accueil et information :**
 - Obtenir la labellisation Destination d'Excellence permettant, outre le maintien de l'OT en catégorie 1 (classement renouvelé en août 2025), de garantir et renforcer le niveau d'exigence en matière :
 - de qualité de service envers les socio-professionnels et les visiteurs ;
 - d'éco-responsabilité.
 - Poursuivre la professionnalisation de l'accueil en proposant des formations ciblées au personnel et aux professionnels du territoire (formations professionnelles, ateliers, rencontres, conférences, éductours).
- **Promotion de la destination**
 - Créer et mettre en ligne le nouveau site internet de l'Office de Tourisme *carladès-cantal.fr*, qui devra contribuer à la visibilité durable du Carladès positionné comme une destination authentique et nature, en étant pensé à partir des usages et intentions des voyageurs (arborescence, contenus éditoriaux).
 - Suivre la fréquentation du site après son lancement afin de piloter l'optimisation de son référencement et la stratégie SEO associée.
 - Mener une campagne de communication digitale ciblée afin de positionner la destination Carladès auprès de clientèles cibles identifiées dans la stratégie de positionnement.
 - Développer un partenariat avec des blogueurs ou influenceurs pour promouvoir la destination (médias jeunes, blog moyenne montagne, médias 100% vidéos).
- **Animation des équipements touristiques :**
 - Étoffer/diversifier dans un souci de complémentarité l'offre d'activités et d'animations sur le territoire communautaire, en cohérence avec la stratégie de positionnement marketing (saisonnalité et nature des activités).
 - Déployer sur le territoire l'application numérique BALUDIK pour valoriser le patrimoine local et offrir une médiation aux visiteurs.
- **Déploiement de la marque "Carladès, ailleurs dans le Cantal" :**
 - Finaliser le Code de marque « *Carladès, ailleurs dans le cantal* », et dépôt de la marque sur le site de l'INPI
 - Élaborer avec les socio-professionnels une Charte d'engagement dans la marque.
 - Déployer la marque auprès des socio-professionnels en proposant des ateliers en facilitant son appropriation, ainsi que des supports et outils de promotion/communication partagés (Guide de marque).
 - Développer un Espace Professionnel sur le nouveau site de l'Office de Tourisme.

- **Positionnement et commercialisation :**

- Faire du site web de l'Office de Tourisme une source d'affaires directe, notamment pour la vente de prestations touristiques, notamment avec la billetterie en ligne.
- Prospecter les possibilités de co-branding pour promouvoir des micro-séjours (agences spécialisées, Décathlon, SNCF).
- Étudier l'opportunité pour l'OT de concevoir et commercialiser de nouvelles offres de séjour packagées, notamment pour les visiteurs individuels.

b) Publics visés :

- Touristes, et plus spécifiquement les marchés de proximité
- Excursionnistes
- Locaux : habitants de la Communauté de communes et du Cantal
- Cibles : seniors, jeunes adultes, familles vacances scolaires

c) Localisation :

- L'ensemble des communes membres de la Communauté de communes Cère et Goul en Carladès
- La station du Lioran, notamment dans le cadre de la gestion partagée du BIT du Lioran avec Hautes Terres Tourisme
- Les territoires voisins traversés par le GRP Tour du Carladès

d) Moyens mis en œuvre : outils, démarche, etc.

- Classement (catégorie I) et démarche Qualité : label Destination d'Excellence
- Outils de gestion : SIT (APIDAE), GRC (AVIZI), vente guichet/en ligne/boutique (Welogin), observation (Orange Flux Vision, Lighthouse), collecte de la taxe de séjour (Taxe de séjour.fr)
- Accueil physique, téléphonique et numérique (table rando 3D, bornes d'information touristique)
- Création et diffusion de brochures *print* et digitales
- Site web de l'Office de Tourisme, réseaux sociaux
- Animation du réseau des ambassadeurs et passeurs d'histoires du Carladès
- Démarche marketing : marque territoriale et Code/Guide de marque « Carladès, ailleurs dans le Cantal », ateliers d'appropriation, campagne on-line, newsletters, salons ...
- Offre de prestation de services aux prestataires : « billetterie sèche » (activités, animations), visite de classement de meublés, encarts publicitaires (écrans et brochures)
- Collaboration avec la Communauté de communes : réunions techniques mensuelles, Commission Randonnée, Commission conjointe
- Convention de partenariat avec Hautes Terres Tourisme et la SAEM pour la gestion du BIT du Lioran (Commission Lioran)
- Travail en réseau avec les relais d'information touristiques (Flocons Verts, Aire du Pas de Cère, Raulhac),
- Travail avec les partenaires institutionnels (Cantal Destination, Club Cantal Tourisme, CRT AURA, consulaires, PNRVA, SAEM, SMPMA)

ACTION 1 : CRÉATION DU NOUVEAU SITE INTERNET DE L'OFFICE DE TOURISME

a) Objectif(s) :

Ce site racontera des histoires et emmènera ses visiteurs dans un ailleurs désirable et réalisable. L'idée clé est de passer d'une logique actuelle d'annuaire où tout est présenté de la même manière à une logique de site vitrine qui mettra en valeur le meilleur du Carladès, soit le « *meilleur de l'ailleurs* ».

Branding

- Mettre en scène la nouvelle identité du Carladès
- Porter le positionnement en le rendant perceptible et intelligible
- Renforcer l'attractivité du territoire, donner envie de venir

Expérience :

- Proposer une expérience simple, fluide et immersive sur tous les appareils et en particulier sur le mobile.
- Donner accès facilement à l'ensemble de l'offre touristique via la cartographie, et les filtres de recherche.
- Mettre en avant les "locomotives" et proposer du contenu saisonnier.
- Créer de l'intérêt et générer des *leads* (inscriptions newsletters) et des ventes sur la billetterie.

Efficacité :

- Conserver un socle technique fiable, évolutif et interconnecté à la base de données APIDAE.
- Optimiser le référencement naturel dans les moteurs de recherche.
- Mesurer le trafic afin de réaliser les évolutions au fil des besoins.

b) Publics visés :

- Touristes, et plus spécifiquement les marchés de proximité
- Excursionnistes
- Locaux : habitants de la Communauté de communes et du Cantal
- Cibles : seniors, jeunes adultes, familles vacances scolaires

c) Moyens mis en œuvre : outils, démarche, etc.

- Référencement naturel du site
- Création du site
- Formation back office word press

d) Plan de financement : détail des dépenses, des recettes et des ressources

INVESTISEMENT

DÉPENSES			RECETTES		
Nature	Montant HT	Montant TTC	Origine	Montant	Part
Stratégie SEO, conception technique, formation back office	17 400€	20 880€	Communauté de communes CAOM 2026 n°1	14 000€	46%
Suivi du référencement (trimestriel sur 12 mois)	2 000€	2 400€			
Parcours client, ergonomie, pilotage projet, stratégie de référencement	6 000€	7 200€	Autofinancement	16 480€	54%
Total Dépenses	25 400€	30 480€	Total Recettes	30 480€	

FONCTIONNEMENT

	Montant HT	Montant TTC
Hébergement annuel	765€	918€
Maintenance annuelle	2 400€	2 880€
TOTAL	3 165€	3 798€

ANNEXE II

MODALITÉS DE L'ÉVALUATION ET INDICATEURS

L'annexe peut être enrichie autant que de besoin pour préciser les indicateurs de réalisation et de résultat liés aux actions

Conditions de l'évaluation :

Le compte rendu financier annuel visé à l'article 4 des présentes est accompagné d'un compte rendu quantitatif et qualitatif des actions comprenant les éléments mentionnés ci-dessus.

Indicateurs quantitatifs et qualitatifs

Missions	Indicateurs associés	Valeurs cibles		
		2026	2027	2028
Accueil et information	Nombre de visiteurs à l'OT	20 000	20 000	20 000
	Nombre d'actes d'accueil physique	4 500	4 700	4 800
	Nombre de contacts téléphoniques, mail, web	850/100/80	850/100/120	850/100/150
	Nature des demandes par thématique			
	Origine géographique des visiteurs de l'OT			
	Nombre d'interactions sur les bornes d'information	57 000	52 000	50 000
	Nombre de questionnaires de satisfaction collectés	30	40	50
	Taux de satisfaction du séjour (0 à 10)	8	8.5	9
	Nature des remarques issues de l'écoute client			
Promotion de la destination	Nombre de visiteurs actifs sur le site web	11 000	14 000	16 000
	Site web : positionnement SEO			
	Site web : classement pages consultées			
	Facebook : nb followers/interactions	5.7K 16.5K	6K 18K	7K 20K
	Instagram : nb followers/interactions	2.8K 2.1K	3.5K 2.5K	4.3K 3.3K
	Nombre d'abonnés prestataires à la newsletter	660	670	680
	Nombre d'abonnés privés à la newsletter	40	50	60
Animation et coordination	Nombre de participants aux activités et animations	1 850	2 000	2 200
	Retour qualitatif des participants			
Déploiement et animation de la marque	Nombre de socio-professionnels engagés dans la marque	10	20	30
Positionnement et commercialisation de produits touristiques	Chiffre d'affaires billetterie et marge	10 000€ 500€	11 000€ 800€	12 000€ 1200€
	Dont vente en ligne	5 000€	6 000€	7 000€
	Chiffre d'affaires boutique et marge	23 000€ 6 000€	24 000€ 6 500€	25 000€ 7 000€
Taxe de séjour	Nombre de nuitées déclarées	203 000	205 000	210 000
	Montant taxe de séjour déclarée (dont TAD)	194 000	198 000	200 000
	Répartition par communes			
Suivi et structuration	Nombre de lits marchands	5 950	6 000	6 050
	Nombre de nuitées touristiques	560 000	565 000	575 000
	Part des nuitées printemps/automne	31%	32%	33%
	Origine géographique (régions/départements)			

ANNEXE III

BUDGET FONCTIONNEMENT GENERAL 2026

Type de dépenses	Modalité de calcul	Montants
Dépenses de personnel	25 700€/ETP	128 500 €
Frais généraux	Forfait 15%	19 275 €
Action 1	50% du coût réel	14 000 €

BUDGET GLOBAL

Annexe fournie en PJ.