

CONVENTION CADRE Pour la structuration touristique du Sud Gironde - AVENANT n°2

A - Préambule

ENTRE LES SOUSSIGNÉES :

Communauté de Communes du Bazadais

Dont le siège social est fixé : Lieu-dit Coucut, Route de Lerm - 33430 BAZAS

Ici représentée par Mme Nicole Coustet en sa qualité de Présidente, dûment habilitée à la signature de la présente convention.

Communauté de Communes Convergence Garonne

Dont le siège social est fixé : 12 Rue Mal Leclerc Hauteclocque, 33720 Podensac

Ici représentée par Jocelyn Doré en sa qualité de Président, dûment habilité à la signature de la présente convention.

Communauté de Communes de Montesquieu

Dont le siège social est fixé : 1 Allée Jean Rostand, 33650 Martillac

Ici représentée par M. Bernard Fath en sa qualité de Président, dûment habilité à la signature de la présente convention.

Communauté de Communes Sud Gironde

Dont le siège social est fixé : Parc d'activités du Pays de Langon, 21 Rue des Acacias, CS30036 - Mazères, 33213 Langon Cedex

Ici représentée par Jérôme Guillem en sa qualité de Président, dûment habilité à la signature de la présente convention.

Office de Tourisme du Bazadais

Dont le siège social est fixé : 1 Place de la Cathédrale, 33430 Bazas

Ici représenté par Mme Nicole Coustet en sa qualité de Présidente, dûment habilitée à la signature de la présente convention.

Office de Tourisme du Pays de Cadillac et Podensac

Dont le siège social est fixé : 2 Rue du Cros, 33410 Cadillac

Représenté par Thomas Filliatre en sa qualité de Président dûment habilité à la signature de la présente convention.

Office de Tourisme de Montesquieu

Dont le siège social est fixé : 3 place Marcel Vayssière, 33650 Martillac

Représenté par Valérie Lagarde en sa qualité de Présidente, dûment habilitée à la signature de la présente convention.

Office de Tourisme Sauternes Graves Landes Girondines

Dont le siège social est fixé : 11 Allée Jean Jaurès, 33210 Langon

Représenté par Jean-Jacques Lamarque en sa qualité de Président, dûment habilité à la signature de la présente convention.

Route des Vins de Bordeaux en Graves et Sauternes

Dont le siège social est fixé : 61, Cours du Maréchal Foch, 33720 Podensac

Représentée par Laure de Lambert Compeyrot, en sa qualité de Présidente, dûment habilitée à la signature de la présente convention.

ci-après désignées les Parties,

a été signée une Convention Cadre le 6 octobre 2021 afin de définir les modalités de fonctionnement et d'organisation de la collaboration entre les Parties. Comme convenu à la convention, le plan d'actions et le budget sont mis à jour annuellement et font l'objet d'un avenant. C'est ce qui justifie que soit conclu le présent avenant numéroté 2 (ci-après « l'Avenant »).

POUR L'ANNÉE 2023, IL A ETE CONVENU CE QUI SUIIT :

B - Modification de l'Article 3 de la convention cadre

L'article 3 - Actions partagées et moyens mis en oeuvre est désormais rédigé ainsi

Article 3 : Actions partagées et moyens mis en oeuvre

Suite au comité de pilotage du 17 novembre 2022, le plan d'actions 2023 est le suivant :

Action 1 : Déployer la marque partagée "La Gironde du Sud" - *priorité 1*

Action 2 : Animer le plan local de professionnalisation 2023 - *priorité 2*

Action 3 : Organiser les Echos du Tourisme#3 - *priorité 3*

Action 4 : Moderniser les partenariats via un accompagnement MONA sur le nouveau marketing de service - *priorité 4*

Action 5 : Candidater au nouveau dispositif régional ACTT - *priorité 5*

Action 6 : Concevoir une carte touristique partagée - *priorité 6*

Action 7 : Définir des actions de promotion communes - *priorité 7*

Action 8 : Définir des outils de communication communs - *priorité 8*

Action 9 : Faire l'inventaire des activités gourmandes, artisans et producteurs - *priorité 9*

Action 10 : Organiser la vente collective - *priorité 10*

Action 11 : Faire l'inventaire et le diagnostic des itinéraires doux - *priorité 11*

Annexe 1 : feuille de route 2023

Pour toute action, chaque partenaire participera au projet collectif et permettra à son équipe de réaliser les tâches qui lui seront confiées.

Pour ce faire :

- un poste de chargée de développement touristique mutualisé est dédié au pilotage du collectif, il est porté par l'Office de tourisme de Montesquieu
- une équipe projet sera constituée pour chaque action
- du temps agent sera dégagé par les directions pour permettre aux équipes de participer aux temps de travail collectifs
- des espaces de travail numériques type drive ou slack seront créés pour permettre aux équipes techniques de collaborer entre elles

C- Modification de l'Article 5 de la convention cadre

L'article 5 - Modalités financières sont désormais rédigées ainsi

Article 5 : Modalités financières

Le plan d'actions validé annuellement en comité de pilotage devra faire apparaître le portage financier de chaque action.

Pour chacune d'elles, l'une des partie-prenante sera désignée référente et devra donc assurer le portage financier de l'action pour le compte du collectif (faire l'avance des dépenses). Une fois le montant de l'action dépensé, la structure référente appellera la quote-part aux autres parties prenantes sur la base du montant TTC des factures, déduction faite des éventuelles subventions et recettes perçues.

Annexe 2 : plan de financement prévisionnel 2023

Fait à en un exemplaire, le/...../2023

La Présidente de la Communauté de Communes du Bazadais, Nicole Coustet

Le Président de la Communauté de Communes de Convergence Garonne, Jocelyn Doré

Le Président de la Communauté de Communes de Montesquieu, Bernard Fath

Le Président de la Communauté de Communes du Sud Girondes, Jérôme Guillem

La Présidente de l'Office de Tourisme du Bazadais, Nicole Coustet

Le Président de l'Office de Tourisme du Pays de Cadillac et Podensac, Thomas Filliatre

La Présidente de l'Office de Tourisme de Montesquieu, Valérie Lagarde

Le Président de l'Office de Tourisme Sauternes Graves Landes Girondines, Jean-Jacques Lamarque

La Présidente de la Route des Vins de Bordeaux en Graves et Sauternes, Laure de Lambert Compeyrot

Annexe 1 : Feuille de route 2023

STRUCTURATION TOURISTIQUE DU SUD GIRONDE FEUILLE DE ROUTE 2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble

Action 1 : Déployer la marque partagée "La Gironde du Sud" - *priorité 1*

Action 2 : Animer le plan local de professionnalisation 2023 - *priorité 2*

Action 3 : Organiser les Echos du Tourisme#3 - *priorité 3*

Action 4 : Moderniser les partenariats via un accompagnement MONA sur le nouveau marketing de service - *priorité 4*

Action 5 : Candidater au nouveau dispositif régional ACTT - *priorité 5*

Action 6 : Concevoir une carte touristique partagée - *priorité 6*

Action 7 : Définir des actions de promotion communes - *priorité 7*

Action 8 : Définir des outils de communication communs - *priorité 8*

Action 11 : Faire l'inventaire et le diagnostic des itinéraires doux - *priorité 11*

Axe 3 : Mettre en marché le Sud Gironde

Action 9 : Faire l'inventaire des activités gourmandes, artisans et producteurs - *priorité 9*

Action 10 : Organiser la vente collective - *priorité 10*

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble

Action 1 : Déployer la marque partagée "La Gironde du Sud" - *priorité 1*

ACTION	Déployer la marque partagée "La Gironde du Sud"
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Le Sud-Gironde n'est pas identifiable comme destination par les clientèles - Les prestataires privés, qui raisonnent au delà des frontières administratives, sont en attente d'une bannière commune pour promouvoir le territoire dans son ensemble - Les marqueurs identitaires partagés (emblèmes, valeurs et points forts) ont été définis en 2022 pour construire une image, une ambiance et une offre représentatives du Sud-Gironde
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Définir et concevoir les premiers outils de déploiement de la marque "La Gironde du Sud - la valeur sud de Bordeaux" - Intégrer les chartes éditoriales et graphiques au sein des supports print et web de chaque Office de Tourisme - Déployer ces outils auprès des socioprofessionnels du territoire
DESCRIPTIF	<p>En 2022, l'agence Signe des Temps a accompagné le collectif pour définir un positionnement et une identité touristique commune.</p> <p>Le territoire est désormais doté d'une marque (La Gironde du Sud) et d'une baseline (la valeur sud de Bordeaux).</p> <p>Il s'agit de définir quels outils et supports sont nécessaires pour déployer la nouvelle identité auprès des acteurs locaux et des clientèles.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	Office de Tourisme de Sauternes Graves Landes Girondines
BUDGET PRÉVISIONNEL	15 000€
PLAN DE FINANCEMENT	3 750€ par territoire
CALENDRIER	2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble

Action 2 : Animer le plan local de professionnalisation 2023 - priorité 2

ACTION	Animer le plan local de professionnalisation 2023
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Le rôle des offices de tourisme évolue vers un accompagnement plus durable des socioprofessionnels - Les prestataires souhaitent se rencontrer, découvrir l'offre du territoire et échanger leurs bonnes pratiques - Les socioprofessionnels exercent plusieurs fonctions au sein de leur structure mais n'ont pas toujours les compétences liées
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Asseoir le rôle des OT comme accompagnateurs des prestataires - Animer le réseau - Favoriser la montée en compétences des acteurs et le partage de bonnes pratiques
DESCRIPTIF	<p>Le plan local de professionnalisation 2023 s'inscrit dans la continuité de celui proposé en 2022 par les Offices de Tourisme du Bazadais, de Montesquieu, de Cadillac Podensac et de Sauternes Graves Landes Girondines.</p> <p>Destiné aux techniciens des offices de tourisme ainsi qu'aux prestataires (partenaires ou non des offices de tourisme), le plan de professionnalisation 2023 comprendra :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 sorties terrain - 5 sessions thématiques - 1 événement (cf action 3) - 1 accompagnement OT (cf action 4) - 1 à 2 demi-journées de sensibilisation OT aux AOC viticoles du Sud-Gironde
MAÎTRE D'OUVRAGE	Office de tourisme Cadillac Podensac
BUDGET PRÉVISIONNEL	4 750€ (hors actions 3 et 4)
PLAN DE FINANCEMENT	1 200€ par territoire
CALENDRIER	<ul style="list-style-type: none"> - Janvier à novembre 2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble**Action 3 : Organiser les Echos du Tourisme#3 - priorité 3**

ACTION	Organiser les Echos du Tourisme#3
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Un événement annuel fédérateur pour la Gironde du Sud - Le besoin de lien entre les professionnels du tourisme locaux
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Lancement de la nouvelle marque "La Gironde du Sud" - Rétrospectives sur les étapes significatives de la création de marque - Implication du réseau dans le déploiement de la marque - Présentation des actions phares 2023 (NOMAK + outils marque tels que la carte touristique)
DESCRIPTIF	<p>Les Echos du Tourisme#3 s'inscrivent dans la continuité de ceux proposés en 2022 par les Offices de Tourisme du Bazadais, de Montesquieu, de Cadillac Podensac et de Sauternes Graves Landes Girondines. Ils seront dédiés au lancement de la nouvelle marque territoriale "La Gironde du Sud".</p> <p>L'évènement est destiné aux techniciens des offices de tourisme (Sud Gironde et hors Sud Gironde) ainsi qu'aux prestataires (partenaires ou non des offices de tourisme), aux acteurs institutionnels locaux (RNA, PNRLG, Gironde Tourisme, Département...) et à la presse.</p> <p>Une bourse d'échange pourra être organisée entre les socioprofessionnels à cette occasion.</p> <p>La rencontre se terminera par un moment convivial.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	Office de tourisme Cadillac Podensac
BUDGET PRÉVISIONNEL	5 000€
PLAN DE FINANCEMENT	1 250€ par territoire
CALENDRIER	Janvier à mai 2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble

Action 4 : Moderniser les partenariats via un accompagnement MONA sur le nouveau marketing de service (NOMAK) - priorité 4

ACTION	Moderniser les modes de partenariats via un accompagnement MONA sur le NOMAK
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Chaque OT a un fonctionnement partenarial différent - En intégrant uniquement les partenaires aux supports de communication, des pépites attractives sont exclues de la promotion - Le modèle partenarial des OT est dépassé ; ils doivent se concentrer sur des services de développement et d'accompagnement
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Capitaliser sur la marque "La Gironde du Sud" pour engager les socioprofessionnels - Questionner les conditions de partenariat entre structures - Challenger l'offre de services proposée par les Offices de Tourisme
DESCRIPTIF	<p>Après avoir réalisé l'état des lieux des services proposés par chaque Office de Tourisme et uniformisé les tarifs et services de base 2023, les OT souhaitent aller plus loin dans la refonte des partenariats.</p> <p>Un accompagnement de 4 jours sera réalisé par la MONA entre février et mars 2023 afin de moderniser l'offre de services et les modalités de partenariat 2024.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	Office de Tourisme de Cadillac Podensac
BUDGET PRÉVISIONNEL	8 000€
PLAN DE FINANCEMENT	2 000€ par territoire
CALENDRIER	<p>Accompagnement : février-mars 2023</p> <p>Refonte des partenariats : septembre 2023</p>

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble**Action 5 : Candidater au nouveau dispositif régional ACTT - priorité 5**

ACTION	Candidater au nouveau dispositif régional ACTT
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Le collectif a initié sa coopération grâce au dispositif régional NOTT en 2015 - Le dispositif régional est un moyen d'engager les territoires sur certains thèmes en lien avec la politique touristique régionale - Le dispositif ACTT met l'accent sur le tourisme responsable et le développement durable, enjeux incontournables pour le Collectif
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Construire une stratégie ACTT concertée entre Offices de Tourisme et Collectivités - S'assurer de la cohérence entre les enjeux ACTT et ceux de la stratégie touristique partagée - Identifier les axes de coopération avec les territoires voisins candidats ACTT (Parc Naturel Régional des Landes de Gascogne et Entre-deux-Mers) - Déposer le dossier à l'automne 2023 (date limite 31/12/2023)
DESCRIPTIF	<p>La candidature ACTT sera construite en s'appuyant sur le diagnostic environnemental des actions en cours/prévues par chaque structure.</p> <p>Des ateliers de travail seront organisés avec les DGS et directeurs économie/tourisme des Collectivités ainsi que les directeurs des Offices de Tourisme. Ces temps de travail permettront de définir les pistes d'actions envisageables.</p> <p>Après présentation et validation des premières pistes aux élus locaux, le dossier de candidature sera rédigé pour validation finale et dépôt auprès de la Région à l'automne 2023.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	non concerné
BUDGET PRÉVISIONNEL	non concerné
PLAN DE FINANCEMENT	non concerné
CALENDRIER	Janvier-Octobre 2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble**Action 6 : Concevoir une carte touristique partagée - priorité 6**

ACTION	Concevoir une carte touristique partagée
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Les visiteurs n'accordent pas d'importance aux frontières administratives - Les prestataires font la promotion de l'offre par delà leur zone d'appartenance administrative - La multiplication de supports papiers est contraire aux enjeux de la communication responsable
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Marquer la collaboration entre les 4 territoires à travers un support commun symbolique - Disposer d'un support pour le conseil en séjour au sein des BIT - Faciliter la compréhension du territoire par les visiteurs - Diffuser l'identité de la Gironde du Sud à travers un support papier
DESCRIPTIF	<p>En 2023, les Offices de Tourisme éditeront une seule et même carte touristique à l'échelle de La Gironde du Sud.</p> <p>L'agence de communication bordelaise Compos It a été recrutée pour réaliser ce support. Elle s'appuiera sur la charte graphique définie par Signe des Temps pour le Collectif.</p> <p>Un imprimeur sera sollicité pour l'impression des cartes. Le coût d'impression sera à la charge de chaque Office de Tourisme, en fonction du nombre de cartes souhaité.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	Office de Tourisme du Bazadais
BUDGET PRÉVISIONNEL	10 000€ (hors impression)
PLAN DE FINANCEMENT	2 500€ par territoire
CALENDRIER	Fin mars 2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble

Action 7 : Définir des actions de promotion communes - priorité 7

ACTION	Définir des actions de promotion communes
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Individuellement, les OT ont peu de moyens financiers pour réaliser des actions de promotion d'envergure - Promouvoir la Gironde du Sud dans son ensemble apporterait une meilleure visibilité aux 4 territoires
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Définir plusieurs actions de promotion adaptée à la marque "La Gironde du Sud" - Promouvoir la destination dans son ensemble et mettre en lumière les 4 territoires
DESCRIPTIF	<p>Suite à l'état des lieux des actions de promotion réalisées par chaque OT, il s'agit de définir quelles actions seront mises en place à l'échelle de "La Gironde du Sud".</p> <p>Il est notamment question de participer collectivement à des salons touristiques.</p> <p>Être visible lors du tour de France qui traversera la Gironde du Sud ou lors de la Coupe du Monde de Rugby en septembre 2023 est un également objectif. L'événement serait un levier de promotion fort pour la nouvelle marque.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	Office de Tourisme Sauternes Graves Landes Girondines
BUDGET PRÉVISIONNEL	8 000€
PLAN DE FINANCEMENT	2 000€ par territoire
CALENDRIER	Janvier-Décembre 2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble

Action 8 : Définir des outils de communication communs - priorité 8

ACTION	Définir des outils de communication communs
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - La multiplicité des supports complique la compréhension de l'offre et du territoire pour le visiteur - La production de ces supports requiert des moyens humains et financiers importants
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Mutualiser certains outils de communications - Identifier les nouveaux outils de communication à développer - Rendre le territoire et l'offre plus lisibles aux yeux des prestataires et des visiteurs - Optimiser la production de supports en se limitant à ce qui est essentiel
DESCRIPTIF	<p>L'état des lieux des outils de communication existants au sein de chaque OT a été réalisé en 2022.</p> <p>Il est maintenant important d'identifier quels outils peuvent être mutualisés ou créés afin d'optimiser la conception des supports de communication.</p> <p>Par ailleurs, il est question de s'interroger sur les nouveaux outils à développer pour répondre aux besoins des clientèles.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	non concerné
BUDGET PRÉVISIONNEL	non concerné
PLAN DE FINANCEMENT	non concerné
CALENDRIER	Janvier-Décembre 2023

Axe 3 : Mettre en marché le Sud Gironde

Action 9 : Faire l'inventaire des activités gourmandes, artisans et producteurs - priorité 9

ACTION	Inventaire des activités gourmandes, artisans, producteurs
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Les services et les missions de l'OT évoluent avec les nouveaux modes de consommation (la recherche du local) - Sous utilisation de SIRTAQUI : seule l'offre des partenaires est saisie - Méconnaissance des acteurs et de l'offre non partenaire
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Avoir un SIT complet et actualisé - Etoffer l'offre mise en avant par les OT - Enrichir la base de données pour la création de produits - Participer à la mise en tourisme des prestataires
DESCRIPTIF	<p>En commençant par la base de données SIRTAQUI, les offres correspondantes aux valeurs de la Gironde du Sud seront identifiées et portées à la connaissance des 4 OT.</p> <p>Une fois l'offre repérée, il s'agira de définir les modalités de mise en avant (charte "La Gironde du Sud", pastille spécifique sur les sites web, articles dédiés, produits packagés....).</p> <p>Ce marquage "La Gironde du Sud" sera gage de confiance et de qualité pour le client.</p> <p>La mise en avant de ces offres pourra être proposée aux "pépites" ainsi repérées dès 2024.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	non concerné
BUDGET PRÉVISIONNEL	non concerné
PLAN DE FINANCEMENT	non concerné
CALENDRIER	inventaire finalisé et SIT mis à jour au 4ème trimestre 2023

Axe 3 : Mettre en marché le Sud Gironde

Action 10 : Organiser la vente collective - priorité 10

ACTION	Organiser la vente collective
CONSTATS	- Les OT autorisés à commercialiser ont des pratiques et des outils de commercialisation différents
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Uniformiser les pratiques de commercialisation - Commercialiser une offre “vitrine” représentative du territoire - Favoriser la création de produits “La Gironde du Sud” - Tendre vers la commercialisation de produits responsables
DESCRIPTIF	<p>Trois offices de tourisme sont équipés d’une solution de vente en ligne. Deux OT disposent de We Login+We Link (OTM+OTSGLG). Ils peuvent vendre l’offre du voisin. L’OTPCP est équipé de la solution We Login+Region Do. La vente entre ces 3 OT n’est pas possible.</p> <p>L’OT du Bazadais aura la compétence commercialisation dès 2023, une fois le statut SPIC obtenu. Il devra se doter d’une solution de vente en ligne.</p> <p>La vente à l’échelle des 4 OT est actuellement bloquée. Les OT devront s’accorder sur un mode de commercialisation commun pour rédiger les conventions nécessaires.</p> <p>Une fois cela effectué, ils pourront commercialiser les produits identifiés en action 9.</p>
MAÎTRE D’OUVRAGE	non concerné
BUDGET PRÉVISIONNEL	non concerné
PLAN DE FINANCEMENT	non concerné
CALENDRIER	4ème trimestre 2023

Axe 1 : Parfaire l'organisation pour faire ensemble

Action 11 - Faire l'inventaire et le diagnostic des itinéraires doux - priorité 11

ACTION	Inventaire et diagnostic des itinéraires doux
CONSTATS	<ul style="list-style-type: none"> - Structuration de l'itinérance variable selon les territoires (aménagement existants ou non : pistes cyclables / Voie verte / chemins de randonnées / etc.) - Des itinéraires pensés par unité administrative (parfois à l'échelle communale) - Un manque de cohérence et de lien à l'échelle du bassin touristique - Des aménagements qui ne s'appuient pas sur le parcours client
OBJECTIFS	<ul style="list-style-type: none"> - Structurer l'itinérance de façon cohérente sur l'ensemble du bassin touristique - Faire des cheminements un levier de développement de l'offre "La Gironde du Sud"
DESCRIPTIF	<p>Les offices de tourisme et/ou leurs collectivités ont défini les éléments à inventorier sur leur territoire en termes d'itinérance douce.</p> <p>Les territoires engagés dans la refonte des PDIPR ont réalisé cet inventaire.</p> <p>Seul Sud Bordeaux Tourisme ne l'a pas encore effectué.</p> <p>Une fois les PDIPR finalisés et l'inventaire SBT réalisé, les OT identifient les manques à combler pour développer les liaisons et interconnexions en multimodalités.</p>
MAÎTRE D'OUVRAGE	non concerné
BUDGET PRÉVISIONNEL	non concerné
PLAN DE FINANCEMENT	non concerné
CALENDRIER	<p>Inventaire SBT réalisé : 4ème trimestre 2023</p> <p>Relance du groupe de travail : selon "livraison" des PDIPR</p>

Annexe 2 : Budget prévisionnel 2023

BUDGET PREVISIONNEL 2023 - COLLECTIF SUD GIRONDE

Créé le 31/08/2022
MAJ le 03/11/2022

ACTION	PORTEUR DE L'ACTION	COUT D'OBJECTIF TTC	SUBVENTION*	RECETTES AUTRES**	RESTE A CHARGE APRES DEDUCTION DES RECETTES	PARTICIPATION PAR TERRITOIRE
INGENIERIE PROJET 2023						
Salaires brut réel chargé cheffe de projet (janv-déc 2023)	SBT	33 000,00 €	0,00 €	0,00 €	33 000,00 €	8 250,00 €
Prime d'opération mensuelle	SBT	2 600,00 €	0,00 €	0,00 €	2 600,00 €	650,00 €
Frais annexes cheffe de projet (déplacements,...)	SBT	2 400,00 €	0,00 €	0,00 €	2 400,00 €	600,00 €
Budget formation	SBT	2 000,00 €	0,00 €	0,00 €	2 000,00 €	500,00 €
Sous-total		40 000,00 €	0,00 €	0,00 €	40 000,00 €	10 000,00 €
PROFESSIONNALISATION 2023						
Accompagnement NOMAK (MONA + frais de bouche)	OTCP	8 000,00 €	0,00 €	0,00 €	8 000,00 €	2 000,00 €
Sorties terrain (frais de bouche)	OTCP	1 000,00 €	0,00 €	1 000,00 €	0,00 €	0,00 €
Séances thématiques (intervenants + frais de bouche)	OTCP	5 000,00 €	0,00 €	250,00 €	4 750,00 €	1 187,50 €
Echos du Tourisme#3 (location salle+frais de bouche)	OTCP	5 000,00 €	0,00 €	0,00 €	5 000,00 €	1 250,00 €
Sous-total		19 000,00 €	0,00 €	1 250,00 €	17 750,00 €	4 437,50 €
MARKETING / PROMOTION 2023						
Déploiement marque	OTSGLG	15 000,00 €	0,00 €	0,00 €	15 000,00 €	3 750,00 €
Conception carte touristique commune (illustration + mise en page)	OTB	10 000,00 €	0,00 €	0,00 €	10 000,00 €	2 500,00 €
Actions de promotion communes (bloggers, salon, coupe du monde...)	OTSGLG	8 000,00 €	0,00 €	0,00 €	8 000,00 €	2 000,00 €
Sous-total		33 000,00 €	0,00 €	0,00 €	33 000,00 €	8 250,00 €
TOTAL		92 000,00 €	0,00 €	1 250,00 €	90 750,00 €	22 687,50 €

* subvention RNA sur la base du montant HT

** recettes autres = frais de participation au PLP

BUDGET 2023 PAR STRUCTURE - COLLECTIF SUD GIRONDE

STRUCTURE	PORTEUR DE L'ACTION	DU À OTM - INGENIERIE	DU À OTCP - PROFESSIONNALISATION	DU À OTSGLG - DEPLOIEMENT MARQUE + PROMOTION	DU À OTB - CARTE	Total / structure avant refacturation	Total après refacturation (subvention et recettes déduites)
Office de tourisme du Bazadais	carte touristique	10 000,00 €	4 750,00 €	5 750,00 €	-	30 500,00 €	22 687,50 €
Office de tourisme de Cadillac Podensac	professionnalisation	-	-	5 750,00 €	2 500,00 €	27 250,00 €	12 687,50 €
Office de tourisme de Montesquieu	ingénierie	-	4 750,00 €	5 750,00 €	2 500,00 €	53 000,00 €	22 687,50 €
Office de tourisme Sauternes Graves Landes Gironnines		10 000,00 €	4 750,00 €	-	2 500,00 €	40 250,00 €	22 687,50 €
Communauté de communes Convergence Garonne		10 000,00 €	-	-	-	10 000,00 €	10 000,00 €
Sous total dû au porteur pour chaque action 2023 (avant déduction des recettes)		30 000,00 €	14 250,00 €	17 250,00 €	7 500,00 €	-	-
TOTAL DES RECETTES PERÇUES PAR ACTION		0,00 €	1 250,00 €	0,00 €	0,00 €	-	-
TOTAL DES DEPENSES PAR ACTION 2023 (avant déduction des recettes)		40 000,00 €	19 000,00 €	23 000,00 €	10 000,00 €	92 000,00 €	90 750,00 €