

CONSEIL COMMUNAUTAIRE
Séance du 21 février 2023 à 18h00,
au siège de Grand Lac, Communauté d'agglomération
1500 boulevard Lepic 73 100 AIX-LES-BAINS

Présents : (T = Titulaire ; S= Suppléant(e) votant,)

1 AIX-LES-BAINS	T Renaud BERETTI	Pouvoir de Thibaut GUIGUE
2 AIX-LES-BAINS	T Michelle BRAUER	
3 AIX-LES-BAINS	T Gilles CAMUS	Pouvoir de Marina FERRARI
4 AIX-LES-BAINS	T Daniel CARDE	
5 AIX-LES-BAINS	T Claudie FRAYSSE	
6 AIX-LES-BAINS	T Michel FRUGIER	
7 AIX-LES-BAINS	T André GIMENEZ	
8 AIX-LES-BAINS	T Philippe LAURENT	
9 AIX-LES-BAINS	T Jean-Marie MANZATO	
10 AIX-LES-BAINS	T Marie-Pierre MONTORO-SADOUX	Pouvoir de Lucie DAL PALU
11 AIX-LES-BAINS	T Isabelle MOREAUX-JOUANNET	
12 AIX-LES-BAINS	T Sophie PETIT GUILLAUME	Pouvoir de Karine DUBOUCHET REVOL
13 BOURDEAU	S Michel ARDOUVIN	
14 LE BOURGET DU LAC	T Nicolas MERCAT	
15 LE BOURGET DU LAC	T Sandrine RAMEL	
16 LE BOURGET DU LAC	T Édouard SIMONIAN	
17 BRISON SAINT INNOCENT	T Jean-Claude CROZE	Pouvoir de Marthe MASSONNAT
18 LA CHAPELLE DU MONT DU CHAT	T Bruno MORIN	
19 CHINDRIEUX	T Marie-Claire BARBIER	
20 CONJUX	T Claude SAVIGNAC	
21 DRUMETTAZ-CLARAFOND	T Danièle BEAUX-SPEYSER	
22 DRUMETTAZ-CLARAFOND	T Nicolas JACQUIER	
23 ENTRELACS	T Jean-François BRAISSAND	
24 ENTRELACS	T Claire COCHET	
25 ENTRELACS	T Gaëlle GERBELOT	
26 ENTRELACS	T Jean-Marc GUIGUE	
27 ENTRELACS	T Yves GRANGE	
28 GRESY-SUR-AIX	T Florian MAITRE	
29 GRESY-SUR-AIX	T Colette PIGNIER	
30 GRESY-SUR-AIX	T Patrick POURCHASSE	
31 GRESY-SUR-AIX	T Chrystel TROQUIER	
32 MERY	T Nathalie FONTAINE	
33 MERY	T Stéphane ROULET	
34 LE MONTCEL	S Clarence APPELL	
35 MOUXY	T Laurent FILIPPI	
36 MOUXY	T Catherine RAVANNE	
37 PUGNY CHATENOD	T Bruno CROUZEVIALLE	
38 RUFFIEUX	T Olivier ROGNARD	Pouvoir de Brigitte TOUGNE-PICAZO
39 SAINT OFFENGE	T Bernard GELLOZ	
40 SAINT OURS	T Louis ALLARD	
41 TRESSERVE	T Jean-Claude LOISEAU	
42 TRESSERVE	T Christian ROUSSEL	
43 TREVIGNIN	T Gérard GONTHIER	
44 VIVIERS-DU-LAC	T Robert AGUETTAZ	
45 VIVIERS-DU-LAC	T Martine SCAPOLAN	
46 VOGLANS	T Martine BERNON	
47 VOGLANS	T Yves MERCIER	

21 communes présentes

Absents excusés :

AIX-LES-BAINS	Marina FERRARI
BOURDEAU	Jean-Marc DRIVET
LE MONTCEL	Antoine HUYNH
MOTZ	Daniel CLERC
VIONS	Manuel ARRAGAIN

L'assemblée s'est réunie sur convocation du 14 février 2023, transmise dans les conditions prévues par les articles L. 2121-10 et L. 2122-8 du code général des collectivités territoriales, à laquelle était joint un dossier de travail comprenant l'ordre du jour, la note de synthèse et 15 projets de délibérations.

La convocation, l'ordre du jour et le dossier de travail ont également été transmis aux conseillers communautaires suppléants et aux conseillers municipaux des communes membres de Grand Lac, conformément à l'article L. 5211-40-2 du code général des collectivités territoriales.

Le quorum est atteint en début de séance avec 47 présents et 53 votants (présents et représentés).

Florian MAITRE est désigné secrétaire de séance.

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours gracieux auprès de Grand Lac ou d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Grenoble (2 Place de Verdun, BP1135, 38022 Grenoble Cedex), dans le délai de deux mois à compter de sa publication (acte réglementaire) ou de sa notification (acte individuel). Le tribunal administratif de Grenoble peut être saisi par la voie de l'application "Télérecours citoyens" sur le site www.telerecours.fr.



DÉLIBÉRATION

N° : 7 Année : 2023

Exécutoire le : 28 FEV. 2023

Publiée le : 28 FEV. 2023

Visée le : 28 FEV. 2023

TOURISME

Convention d'objectifs et de moyens entre l'Agence Aix les Bains Riviera des Alpes (Office de Tourisme Intercommunal) et Grand Lac

Monsieur le Président rappelle que conformément à la loi du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République, dite Loi Notre, et conformément à l'article L. 5216-5 du Code Général des Collectivités Territoriales, la communauté d'agglomération Grand Lac dispose de la compétence « promotion du tourisme, dont l'office du tourisme ».

Monsieur le Président rappelle que par délibération du Conseil Communautaire en date du 12 janvier 2017, Grand Lac a institué un Office de Tourisme Intercommunal Grand Lac / Agence Aix les Bains Riviera des Alpes sous forme d'EPIC (établissement public industriel et commercial).

Conformément à l'article L. 133-3 du code du tourisme, Grand Lac a transféré à l'Agence les missions d'accueil, d'information des touristes, de promotion en coordination avec les acteurs du tourisme du territoire ainsi que la commercialisation de produits touristiques et la mise en place d'une politique événementielle.

Grand Lac a aussi choisi de missionner l'Agence sur des missions telles que l'attractivité territoriale, un centre de formation ou encore la mise en œuvre d'actions issues

Il est rappelé que l'Agence peut être amené à assurer l'exploitation d'équipements communaux ou intercommunaux et à réaliser des actions pour le compte des communes.

Pour Grand Lac, l'Agence assure le fonctionnement du camping de Chindrieux (jusqu'à la passation d'un contrat avec un exploitant privé prévu au 1^{er} trimestre 2023). Pour la commune d'Aix les Bains, l'OTI assure le fonctionnement du camping du Sierroz, du théâtre et du centre des congrès.

Monsieur le Président précise qu'une convention d'objectifs et de moyens a été signée en 2021 et arrive à termes le 23 février 2023. Il convient donc de remettre en place une nouvelle convention précisant les missions confiées, les moyens octroyés ainsi que les engagements de chacune des parties. Il est proposé d'établir une convention couvrant les 4 années à venir.

De manière prévisionnelle, le financement attribué à l'OTI pour assurer ses missions est de 2 617 000 € et serait constitué d'une subvention de 1 617 000 € et d'une taxe de séjour estimée à 1 000 000 €.

Les modalités de financement de l'OTI sont indiquées à l'article 8 de la convention d'objectifs en annexe.

Monsieur le Président donne lecture du projet de convention.

Il est proposé d'approuver la convention d'objectifs et de moyens entre l'OTI et Grand Lac pour 4 ans.

La subvention générale et le reversement de la taxe de séjour sont prévus au budget 320-07.

Le Conseil de Communauté, après en avoir délibéré :

- APPROUVE le présent rapport ;
- AUTORISE Monsieur le Président à signer la convention et tous les actes nécessaires à son exécution.

Aix-les-Bains, le 21 février 2023

Le Président,
Renaud BERETTI

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Délégués en exercice : 68- Présents : 47- Présents et représentés : 53- Votants : 53- Pour : 53- Contre : 0- Abstentions : 0- Blancs : 0 |
|---|





AIX LES BAINS
RIVIERA
DES ALPES

Convention d'objectifs et de moyens Office de Tourisme Intercommunal Aix-les Bains-Riviera des Alpes

Entre

La **Communauté d'Agglomération Grand Lac**, dont le siège social est situé 1500 boulevard Lepic - 73100 Aix-les-Bains, représentée par son Président en exercice, monsieur Renaud Beretti, dument habilité par la délibération du

Dénommée ci-après « **Grand Lac** ».

Et

L'**Agence Aix-les-Bains Riviera des Alpes** (Office de Tourisme Intercommunal), dont le siège social est situé 45 rue Jacques Cellier – 73100 Grésy-sur-Aix, représentée par sa Directrice, madame Laurie Souvignet, dument habilité par la délibération du Comité de direction du 3 février 2023.

Dénommé ci-après « **L'Agence** » ou « **L'OTI** ».

Préambule

Conformément à la loi du 7 août 2015 portant nouvelle organisation territoriale de la République, dite « Loi Notre », et conformément à l'article L. 5216-5 du code général des collectivités territoriales (CGCT), la communauté d'agglomération Grand Lac exerce la compétence « Promotion du tourisme, dont la création d'offices de tourisme ».

Dans le cadre de l'exercice de cette compétence, par une délibération du conseil communautaire de Grand Lac en date du 12 janvier 2017, l'office de tourisme intercommunal Aix les Bains Riviera des Alpes a été créé sous forme d'établissement public industriel et commercial (EPIC). Conformément à ses statuts, l'office de tourisme intercommunal exerce les missions d'accueil, d'information et de promotion touristique.

Précisément, conformément aux dispositions de l'article L.133-3 du code du tourisme, l'Agence assure **l'accueil et l'information des touristes, ainsi que la promotion touristique du territoire en coordination avec les différents acteurs du tourisme.**

L'Office de tourisme intercommunal fonctionne conformément aux règles applicables aux EPIC, prévues aux articles L.133-4 à L133-10 du code du tourisme.

Il est convenu ce qui suit :

ARTICLE 1 : OBJET

La présente convention définit et encadre les relations entre l'Agence et Grand Lac, en matière de promotion du tourisme. Pour ce faire, elle précise les objectifs de l'Agence ainsi que les modalités de versement de la subvention nécessaire à l'Agence pour l'exercice de ses compétences.

ARTICLE 2 : DUREE

La présente convention prendra effet à partir dufévrier 2023 et est conclue pour une durée de quatre années.

Tout renouvellement de la présente convention nécessitera la conclusion d'une nouvelle convention. L'Agence ne dispose d'aucun droit de renouvellement de la présente convention.

ARTICLE 3 : CADRE GENERAL

Les missions exercées par l'Agence ont pour objectif d'améliorer de façon permanente l'accueil et l'information des clientèles touristiques sur le territoire. Aussi, l'Agence devra assurer la promotion et l'attractivité de la destination afin d'accroître la fréquentation touristique du territoire, et les retombées économiques directes et indirectes associées.

Pour bénéficier des subventions de Grand Lac, l'Agence devra effectuer des actions conformes aux missions décrites dans la présente convention.

En outre, le positionnement « Territoire Naturel de Bien-être » doit être la ligne directrice des différentes actions de l'Agence tout en assurant la cohérence avec le projet de territoire établi par l'Agence (Annexe 2).

ARTICLE 4 : OBJECTIFS PRINCIPAUX DE L'Agence

La subvention versée vise à participer au financement des différentes missions exercées par l'Agence dans le cadre de ses statuts.

Ces missions sont organisées autour de 4 objectifs opérationnels : faire connaître, faire venir, faire vivre et attractivité territoriale.

ARTICLE 4.1 : Objectif opérationnel 1 : faire connaître

Le premier objectif opérationnel « Faire connaître » se décline de la manière suivante :

- a) Assurer la promotion de la destination « Aix les Bains Riviera des Alpes » à une échelle régionale, nationale et internationale, en coordination avec les acteurs touristiques de promotion.

Pour assurer un service d'information touristique cohérent avec les différents flux de clientèles, l'Agence assurera des permanences physiques d'accueil touristiques sur l'ensemble de son territoire soit de manière annuelle soit de manière saisonnière.

Conformément au positionnement de la marque « Aix les Bains Riviera des Alpes » de 2016, l'Agence engagera des actions de promotion et de communication visant à améliorer la fréquentation du « territoire « naturel du bien-être » en poursuivant les objectifs ci-dessous :

- Cœuvrer pour que la marque soit reconnue par tous comme une vraie signature qui contribue à l'attractivité de la destination.
- Devenir une destination de référence sur les 4 filières identifiées et incontournables (santé/remise en forme, activité de pleine nature, culture et patrimoine, art de vivre).
- Renforcer le poids économique du tourisme sur la destination.

- b) Assurer la promotion de la destination par tous les moyens adaptés.

Les « points information » saisonniers assureront la même qualité de service que les points d'information permanents.

L'Agence organisera un service permanent de réponse aux demandes d'informations par téléphone, mail, réseaux sociaux et courrier dans le respect de la marque qualité tourisme.

Quel que soit le support de la transmission de l'information, l'Agence se doit de respecter les obligations suivantes :

- Principe de personnalisation de la réponse client ;
- Transmission de l'information au minimum en français, anglais et italien ;
- Transmission des informations permettant d'accéder rapidement et facilement à l'activité concernée (horaires d'ouverture, adresse, tarifs, classement, coordonnées ...) ;
- Information conforme au respect des bonnes mœurs et de la santé publique.

L'Agence s'engage à valoriser tout label obtenu directement par les villes (Ville internet, Villes et pays d'Art et d'Histoire, villes et villages fleuris, ville cyclotouristique, réseau des sites clunisiens ...) ou Grand Lac.

Afin d'optimiser l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication, l'Agence réalisera toutes les opérations de référencement nécessaires pour assurer une visibilité optimale du territoire sur Internet. Il animera une base de données clients afin de mettre en place une politique de marketing relationnel.

Afin d'intégrer les enjeux d'accueil numérique de la clientèle, l'Agence disposera d'un site internet www.aixlesbains-rivieradesalpes.com et proposera une application téléphonie mobile de recherche géolocalisée de l'offre touristique du territoire. Il devra également être présent sur les principaux réseaux sociaux.

- c) Accompagner les acteurs socio-professionnels du tourisme de Grand Lac dans leur communication en accord avec le code de marque de la destination « Aix les Bains Riviera des Alpes ».

L'ensemble des données touristiques sera réactualisé au moins une fois par an et stocké dans un système informatisé de gestion de l'information.

- d) Organiser les relations presse.

- e) Participer aux salons grand public, s'ils sont en adéquation avec le positionnement de la destination.
- f) Promotion mutualisée avec partenaires institutionnels.
Conformément à l'article L.133-3 du code du tourisme, l'Agence assurera l'ensemble des missions d'accueil, d'information et de promotion en coordination avec le comité départemental et le comité régional du tourisme.
Afin d'intégrer les réseaux nationaux du tourisme, l'Agence adhérera et participera aux actions des structures telles que notamment : Office de Tourisme de France, Atout France, Union Départementale des Offices de Tourisme et Syndicat d'Initiative, Savoie Mont Blanc Tourisme, ...

ARTICLE 4.2 : Objectif opérationnel 2 : faire venir

Le deuxième objectif opérationnel « Faire venir » se décline en deux axes principaux :

- **Politique événementielle**
 - a) Organiser, co-organiser ou soutenir des événements permettant d'augmenter la fréquentation touristique du territoire.
 - b) Organiser, co-organiser ou soutenir, être force de proposition et porteur de projets d'événements.
 - c) Rechercher des financements privés et publics pour le financement des manifestations.
 - d) Etre titulaire des différentes licences d'entrepreneurs de spectacle imposées par la réglementation pour la production de spectacles.
 - e) Le programme des manifestations soutenues par l'Agence devra permettre de soutenir la fréquentation du territoire en intersaison.

Les événements proposés par l'Agence auront vocation à renforcer l'attractivité de la destination. Conformément aux attentes actuelles des touristes en séjour, l'Agence favorisera dans la mesure du possible l'organisation d'animations gratuites. Elles devront rester en cohérence avec le positionnement précisé ci-dessus.

L'Agence devra veiller à répartir le plus équitablement possible son programme d'événements sur son territoire (centre de ville d'Aix les bains, bords du lac, territoire ruraux).
- **Prospection commerciale**
 - a) Boutique Aix les Bains Riviera des Alpes
 - b) Billetterie (hors saison culturelle programmation Aix les bains)
 - c) Créer des produits touristiques pour les groupes et les touristes individuels en partenariat avec les socio-professionnelles du territoire et hors territoire.
 - d) Proposer des visites guidées
 - e) Assurer la commercialisation et la vente des produits développés par l'Agence.
Dans le cadre de l'activité groupe/séminaire, l'Agence démarchera tout type de revendeurs potentiels de la destination.
 - f) Démarcher les clientèles cibles du territoire.
 - g) L'Agence soutiendra la notoriété de la destination en menant des opérations de relation presse et de relations publiques
 - h) Catalogue de prestations (régie publicitaire, PAO, accompagnement individuel, ...)
 - i) Participer aux salons professionnels et grand public.

ARTICLE 4.3 : Objectif opérationnel 3 : faire vivre

Le troisième objectif opérationnel « Faire vivre » se décline de la manière suivante :

- **Accueil :**
 - a) Définir un schéma d'accueil à l'échelle du territoire afin de garantir une cohérence d'accueil territorial et une information sur l'ensemble du territoire de Grand Lac.
 - b) Répondre aux attentes personnalisées des visiteurs par une information adaptée à leurs demandes.
 - c) Susciter et renforcer le désir de découverte chez le visiteur : de l'information à la proposition.
 - d) S'inscrire dans une démarche commerciale et vendre les produits touristiques du territoire.
 - e) Développer la stratégie d'accueil numérique du territoire.
 - f) Mise en place réseau de Bureaux d'Information Touristique (fixes et/ou mobiles).

- **Information :**

- a) Organiser la production et la diffusion de l'information touristique sur des supports adaptés aux différentes clientèles et sur l'ensemble du territoire.
- b) Assurer la diffusion des informations touristiques sur supports numériques : site web, réseaux sociaux, applications smartphones... Et tout autre moyen de diffusion innovant.
- c) Mettre à jour quotidiennement le Système d'Information Touristique en Auvergne-Rhône-Alpes (APIDAE).

- **Coordination des acteurs du territoire / participation des socio-professionnels**

- a) Animer une démarche collective afin de permettre le développement d'actions de promotion et d'animation en lien avec les acteurs du tourisme pour les impliquer dans le renforcement de la notoriété et de l'image de la destination.
- b) Fédérer les acteurs du territoire autour de la marque « Aix les Bains Riviera des Alpes » et favoriser la mise en réseaux des socio-professionnels.
- c) Former les socio-professionnels du territoire à l'utilisation du code de marque « Aix les Bains Riviera des Alpes » et les accompagner dans la qualification de leur offre et mise en marché.
- d) L'Agence fera le nécessaire pour obtenir et animer tout label de reconnaissance national valorisant les éléments forts de l'offre du territoire (France Station nautique, Vignobles & Découvertes, ...). Concernant le label « Vignobles & Découvertes », l'Agence assurera la gestion budgétaire associée, conformément à la convention de partenariat conclue entre les intercommunalités membres.

ARTICLE 4.4 : Objectif opérationnel 4 : attractivité territoriale

Le quatrième et dernier objectif opérationnel « Attractivité territoriale » se décline de la manière suivante :

- **Etudes et prospectives**

- a) Suivre et analyser la satisfaction client.
- b) Assurer une démarche qualité.
 - L'Agence mettra en œuvre toutes les mesures nécessaires visant à :
 - o Obtenir et conserver le classement en catégorie I ;
 - o Obtenir et conserver la marque Qualité Tourisme ;
 - o Obtenir les labels et marques « qualité » spécifiques à chacun de ses métiers.
 - L'Agence animera l'objectif LAC (L : Laboratoire / A : Agilité / C : Collective).
 - L'Agence informera régulièrement les socio-professionnels sur ses principales actions et stratégies en cours.
- c) Assurer une veille touristique.
- d) Assurer le fonctionnement de l'observatoire du tourisme à l'échelle de Grand Lac, afin de mesurer en permanence la performance de l'activité touristique du territoire. A ce titre, l'observatoire devra au minimum, mesurer la fréquentation de l'Hôtellerie et des campings. Les résultats seront communiqués à toute personne qui en fait la demande.
- e) Accompagner l'aménagement et la mise en tourisme des sites stratégiques ainsi que le politique de développement touristique de Grand Lac.
- f) Mettre en œuvre des actions du Plan Climat de Grand Lac à l'échelle de l'ensemble des missions confiées à l'Agence. Les actions précises seront spécifiées par avenant.

- **Outils d'attractivité**

- a) La dénomination "Agence Aix les Bains Riviera des Alpes" doit être utilisé afin de valoriser le territoire et participer à l'attractivité globale territoriale.
- b) Création d'une culture de marque Aix les Bains Riviera des Alpes
- c) Marque d'attractivité territoriale Aix les Bains Riviera des Alpes par et pour toutes les parties prenantes.
- d) Intégrer les réseaux nationaux et régionaux professionnels (CCI, ...).
- e) Marketing sensoriel.
- f) L'Agence assurera le développement d'un Fonds dédié Aix les Bains Riviera des Alpes dans le cadre du Fonds de dotation Essentiem (impulsé par l'agence régionale du tourisme) afin de permettre l'accompagnement de projets d'intérêt général via le mécénat (annexe 3).

- g) L'Agence sera amenée à développer un centre de formation à destination des acteurs économiques du territoire et de ses parties prenantes afin d'assurer la montée en compétence notamment sur la valorisation et l'attractivité de l'offre par des approches innovantes et singulières (annexe 4).
- h) L'Agence s'engage à faire figurer de manière lisible l'identité visuelle de Grand Lac sur tous les supports de communication et documents produits dans le cadre de la présente convention.

ARTICLE 5 : OBJECTIFS COMPLEMENTAIRES DE L'AGENCE

Deux objectifs complémentaires sont assignés à l'Agence :

- Mener des actions pour le compte des communes ou de l'agglomération
- Agir en producteur ou organisateur de manifestations et le cas échéant, financer, aider et promouvoir des événements organisés par des tiers.
- Engager une démarche en RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) dans le but de contribuer au développement d'une attractivité raisonnée et raisonnable du territoire. L'objectif étant que l'Agence devienne une entreprise qui révèle et renforce la puissance des liens pour le territoire et pour le monde.

ARTICLE 6 : OBLIGATIONS DE L'AGENCE

L'Agence est tenue de respecter la législation et les obligations sociales à l'égard de son personnel. La convention collective applicable à l'Agence est la Convention Collective Nationale des Organismes de Tourisme n°3175.

L'Agence se tiendra, en permanence, à jour des charges, impôts et taxes dont elle est redevable.

L'Agence souscritra une assurance de responsabilité civile et une assurance de dommage aux biens. La première ayant pour objet de couvrir l'Agence des conséquences pécuniaires de la responsabilité civile vis-à-vis des tiers à raison des dommages corporels, matériels et immatériels qui trouvent leur origine dans l'exécution de ses obligations.

La seconde est souscrite pour son propre compte et ses propres biens, elle couvrira notamment les risques incendie, dégâts des eaux, explosions, foudre, fumées, tempêtes, chute d'appareils de navigation aérienne, grèves, émeutes, mouvements populaires, actes de terrorisme et actes de vandalisme.

L'Agence est libre de solliciter des subventions et de mettre en place des partenariats privés en cas de besoin sur certaines actions.

ARTICLE 7 : MODALITES D'EVALUATION DES ACTIONS MENEES

Afin d'évaluer les actions menées, l'Agence transmettra à Grand Lac, au plus tard le 30 juin de chaque année, un rapport financier descriptif de l'activité de l'année précédente. Ce document sera assorti de toutes les justifications nécessaires, et notamment :

- Du rapport d'activité faisant état de la réalisation des actions, des dépenses de fonctionnement, des subventions externes et des différents chiffres d'affaires.
- Mise en place d'une évaluation via des indicateurs de réalisation par objectifs stratégiques.
- Des comptes annuels, du bilan financier et du compte de résultat approuvé par le Comité de direction.

De même, l'Agence adressera à Grand Lac, avant le 31 décembre :

- Pour l'année suivante, une proposition de programme d'actions associé à un budget prévisionnel validé en comité de direction (ces éléments seront présentés en bureau communautaire).
- Sa demande de subvention motivée par l'évaluation prévisionnelle du coût de fonctionnement des missions d'intérêts public d'accueil, de promotion et d'animation qui lui sont confiées, ainsi que l'évaluation des coûts des sujétions de service imposées aux activités industrielles et commerciales.

L'ensemble des éléments budgétaires (budget primitif, décision modificative, compte administratif) seront fournis à Grand Lac sous format d'édition du logiciel comptable (Excel ou PDF numérique) en plus du format validé par le Trésor Public.

Des points de suivi budgétaires et stratégiques seront organisés entre les services de Grand Lac et l'Agence (à titre indicatif : 30 mars, 30 juin, 30 septembre et fin d'année).

Par ailleurs, l'ensemble des délibérations du Comité de Direction, après avoir été rendues exécutoires, resteront à la disposition de Grand Lac dans le cadre de l'évaluation des actions menées par l'Agence.

ARTICLE 8 : MODALITES DE VERSEMENT DE LA SUBVENTION

Pour la mise en œuvre de la présente convention, Grand Lac attribue à l'Agence une subvention de 1,617 millions d'euros et reverse la taxe de séjour à l'euro. Suivant le montant de taxe de séjour reversé durant l'exercice, le montant de la subvention sera modulé :

- Lorsque ce montant est supérieur à 1 million d'euros, la subvention sera diminuée de 50% du surplus au-delà de ce seuil.
- Pour un montant compris entre 900 000 et 1 millions d'euros, la subvention est inchangée.
- Avec un montant inférieur à 900 000 euros, le manque à gagner ainsi constaté est compensé par un complément à la subvention.
-

Les modalités de versement du financement Grand Lac à l'Agence sont les suivantes :

- Reversement de la taxe de séjour au fil des encaissements de la Régie Taxe de Séjour Grand lac dans la limite des crédits de dépenses ouverts par Grand Lac. Les montants non reversés sur l'exercice N seront décalés en N+1.
- Acompte mensuel (1,617 millions d'euros/ 12).
- Ajustements sur la subvention en fonction des seuils précités : ils seront réalisés sur les dernières mensualités de subvention de l'exercice N (éventualité d'acomptes et de solde). Le montant de taxe de séjour reversée inscrit au compte administratif N servira de base aux calculs des ajustements.

Le budget prévisionnel 2023 de l'Agence est présenté en annexe 1.

Grand Lac s'engage à financer les actions Plan Climat listées en annexe 5, et modifiables par avenant, sur présentation d'un état des dépenses réelles réalisées et d'un bilan des actions mises en place.

ARTICLE 9 : OBLIGATIONS DE GRAND LAC

Grand Lac demandera un avis technique à l'Agence sur ses projets d'équipements collectifs touristiques.

Grand Lac s'engage à porter la marque d'attractivité du territoire Aix les Bains Riviera des Alpes tout comme ses satellites (CGLE, ...).

ARTICLE 10 : MODIFICATION

Toute modification de la présente convention devra faire l'objet d'un avenant.

ARTICLE 11 : MODALITES DE RESILIATION DE LA PRESENTE CONVENTION

En cas de non-respect ou de non-exécution par l'Agence de ses engagements, tels que définis par la présente convention, Grand Lac pourra résilier la convention après une mise en demeure restée sans effet dans le délai imparti. Dans cette hypothèse de résiliation, l'Agence s'engage à reverser intégralement à Grand Lac toutes les sommes non encore utilisées, sans pouvoir prétendre à aucune indemnisation en dehors des sommes utilement engagées dans le programme d'actions soutenu par Grand Lac, lesquelles devront faire l'objet d'un décompte précis et justifié qui devra être accepté par Grand Lac.

La résiliation de la présente convention peut également être décidée unilatéralement par l'une ou l'autre des parties, par un courrier recommandé devant respecter un délai de préavis de six mois. En pareille hypothèse, l'Agence

s'engage à reverser intégralement à GRAND LAC toutes les sommes non encore utilisées sans pouvoir prétendre à aucune indemnisation.

La présente convention sera également résiliée de fait si l'une des deux parties est dissoute.

ARTICLE 12 : LITIGES

En cas de litige, les parties s'engagent à rechercher une issue amiable.

En l'absence d'accord, les litiges relatifs à l'interprétation ou à l'exécution de la présente convention seront soumis au tribunal administratif de Grenoble.

Fait à Aix-les-Bains, en deux exemplaires,

Le

Pour Grand Lac

Le Président
Renaud Beretti

Le

Pour l'Agence

La Directrice
Laurie Souvignet

Annexe 1 : Budget prévisionnel pour 2023
Annexe 2 : Projet Aix Riviera de l'Agence
Annexe 3 : Fonds dédié
Annexe 4 : Descriptif centre de formation
Annexe 5 : Actions Plan climat

Annexe 1 – Budget prévisionnel Agence pour 2023

BUDGET PREVISIONNEL 2023 AGENCE			
FONCTIONNEMENT			
DEPENSES		RECETTES	
GESTION AGENCE			
Fonctionnement Agence	468 616,00	Subvention Grand Lac 2022	1 617 000,00
		Reversement Taxe de Séjour 2023	1 000 000,00
Actions :			
Objectif 1 Faire connaître	813 027,00	Objectif 1 Faire connaître	49 000,00
Objectif 2 Faire venir	249 076,00	Objectif 2 Faire venir	15 000,00
Objectif 3 Faire vivre	1 351 150,00	Objectif 3 Faire vivre	232 000,00
Stratégie Agence Pacifié	90 000,00	Agence Pacifiée (CICE)	90 000,00
Transition écologique	55 000,00	Transition écologique (PCAET)	45 000,00
Centre de formation	31 131,00	Centre de formation	10 000,00
TOTAL	3 058 000,00	TOTAL	3 058 000,00
		Résultat Fonctionnement	0,00
INVESTISSEMENT			
DEPENSES		RECETTES	
Dotations subvention		Dotations amortissements	70 000,00
Investissements à réaliser	70 000,00	Virement section de fonctionnement	
TOTAL	70 000,00	TOTAL	70 000,00
		Résultat Investissement	0,00
RÉSULTAT FINAL			0,00
GESTION CONVENTIONS			
Convention Gestion Equipements Aix	2 396 625,00	Convention Gestion Equipements Aix	2 396 625,00
Convention Gestion Le Bourget du Lac	13 500,00	Convention Gestion Le Bourget du Lac	13 500,00
Convention Gestion Camping Chindrieux	119 600,00	Convention Gestion Camping Chindrieux	119 600,00
TOTAL	2 529 725,00	TOTAL	2 529 725,00

Annexe 2 : projet Aix Riviera de l'Agence

L'Agence Aix Riviera porte la stratégie d'attractivité territoriale dont le périmètre d'actions va bien au-delà du secteur du tourisme, pour le territoire d'Aix les Bains Riviera des Alpes.

Depuis 4 ans, nous développons une stratégie co-construite avec les acteurs avec un positionnement « Territoire Naturel de Bien-être » et des valeurs de bien-être : Créativité, équilibre, Plaisir, Respect, Engagement.

Notre Mission :

En continuant d'affirmer notre positionnement et nos valeurs, l'Agence fait évoluer son projet en redéfinissant le bien être pour l'adapter aux enjeux de notre société et ainsi faire rayonner le territoire par sa contribution à un monde meilleur.

En effet, dans un contexte saturé de marques incitant uniquement à la consommation, les citoyens attendent plus que jamais des marques engagées.

Aix les Bains Riviera des Alpes assume ainsi un véritable parti pris.

Pour être une alternative à la dictature du « je », prônée majoritairement par de nombreux acteurs, notre conviction est que le bien être se trouve dans la conjugaison du « je » et du « nous ».

Fidèle tant à notre identité « Riviera » (où les héritages du passé et le sentiment d'appartenance à une communauté sont des piliers incontournables), qu'à notre ancrage « alpin » dans un environnement naturel aussi grandiose que fragile ; notre mission d'Aix les Bains Riviera des Alpes est de contribuer au bien-être des individus en les aidant à cultiver ce qui les relie plutôt que ce qui les individualise.

Dès lors l'image touristique du territoire prônant cette nouvelle expression de bien être permettra par son rayonnement, d'inciter nos cibles à venir s'installer sur le territoire et ainsi contribuer à son développement économique.

Notre objectif : Cultiver ce qui nous relie plutôt que ce qui nous individualise.

Notre ambition : Être le territoire révélateur de la puissance des liens

Notre promesse : Créer des liens durables et profonds

Notre projet :

2 axes de travail à décliner incarner sous Aix les Bains Riviera des Alpes :

- Développer la notion de Territoire de Liens avec l'ensemble des parties prenantes du territoire : Actions endogènes portées par le territoire et mise en œuvre pour le territoire.
 - ⇒ Prendre de soin de ce et ceux qui nous entourent : développer les liens entre les hommes et les liens entre les hommes et l'environnement pour préserver le cadre de vie, l'héritage et l'histoire du Territoire.
 - L'ouverture d'un Centre de formation : accompagnement et mécénat de compétences
 - La création d'un Fond de dotation : soutien aux investissements et projets intra territorial
 - Une Agence pacifiée : bien-être des collaborateurs et performance de la structure
 - Un Programme inspiré des travaux de la Chaire paix économique de GEM pour le territoire : insuffler une dynamique de collaboration, d'entraide, de rencontres entre les acteurs du territoire.
- Développer l'attractivité territoriale : Actions exogènes pour rendre le territoire attractif
 - ⇒ Créer le désir et l'envie du territoire pour séjourner, travailler et vivre.

Une approche globale :

- Touristique : Faire connaître, faire venir et faire vivre
- Economique : en lien avec Chambéry Grand lac Economie, réseaux MEDEF, CPME, écoles...
- Résidentielle : qualité de vie, fierté d'appartenance, ancrage local

- ☞ *Faire émerger* de nouveaux segments de marchés
 - Par la création d'offres thématiques
 - « Prévention Santé » : une offre entre le thermalisme et la remise en forme, en lien avec le prendre soin de soi et des autres et en partenariat avec la région Auvergne Rhône Alpes :
 - Atelier de réflexion avec toutes les parties prenantes du territoire pour définir ce qu'est une destination Prévention Santé
 - Valorisation de services, de parcours et de programme « prévention Santé » en lien avec le label RivierAttitude
 - Itinérance douce : Coordonner la création d'offres « responsable », prônant la mobilité douce en partenariat avec les territoires voisins et par la mise en réseaux des acteurs :
 - Via Rhôna
 - V63
 - Tour du lac à pied
 - Identification et valorisation d'offres dites de micro-aventure : Un concept bienveillant pour les jeunes urbains et les familles en quête de nouveaux défis et de reconnexion à la nature. **A l'heure où l'on peut parcourir la planète en quelques heures de vol, il est bon de se dire que l'on peut ralentir, consommer autrement, se poser, regarder autour de soi et réaliser que les trésors que l'on va chercher au bout du monde sont parfois à portée de pas.** La volonté est d'aller vers une consommation raisonnée et raisonnable (développement durable), la recherche d'expérience authentique à côté de chez soi (« staycation ») et le désir de ralentir (« slow tourisme »).
 - **Style Lacs : travail avec le collectif des 4 lacs Savoie Mont Blanc**
 - **Sites emblématiques de la région Auvergne Rhône Alpes**

Comment :

La mise en œuvre de ces dispositifs se fera dans une logique collaborative et participative où chacun pourra apporter sa pierre à l'édifice.

Une organisation de l'Agence en Mode Projet autour de 6 thématiques stratégiques :

- Expérience Client
- Liens et relations extérieurs
- Agence Pacifiée
- Marketing de la pertinence et communication
- RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises)
- Performance

Créativité et innovation par l'intelligence collective, une réflexion et un accompagnement des parties prenantes, sont les maîtres mots et le gage de réussite de nos projets.

Capacité de travail en autonomie, pilotage et reporting.

Pédagogie de la marque et présentation de la stratégie de marque d'attractivité à toutes les parties prenantes

Sens de l'écoute et d'analyse

Vision globale de la dynamique

Capacité d'adaptation et d'agilité : accompagner le changement.

Ces compétences attendues doivent être accompagnées d'une motivation et d'une volonté individuelle d'intégrer des démarches apprenantes ou chacun sortira grandi.

L'idée est de permettre à chacun de s'inscrire dans une dynamique d'amélioration continue en lien avec ses compétences et celles à développer pour mener à bien ces projets et missions.

La formation en développement personnel répond à cette logique de « **Révéléateur de Talents** » de notre Agence pacifiée.

Chaque projet permettra de faire émerger et révéler des talents en interne, en capacité de devenir des porteurs de projets et d'incarner la dynamique dans son quotidien.
Ainsi la cohérence, la crédibilité et la constance de notre démarche seront renforcées.

Annexe 3 - FONDS DEDIE AIX LES BAINS RIVIERA DES ALPES

Pourquoi ce Fonds ?

À l'heure où la société est pleine de divisions, glorifiant l'individu différent, indépendant, flexible, mobile, libéré de tout héritage, de tout engagement, nous pensons que le bien-être au 21^e siècle réside plus que jamais dans la capacité qu'aura chacun à **prendre soin de ce qui l'entoure, de son héritage, des autres comme des lieux.**

C'est pourquoi l'Agence Aix les Bains Riviera des Alpes a lancé en juin 2021 un Fonds Dédié dont la vocation est de soutenir des projets d'intérêt général qui s'inscrivent dans notre **stratégie d'attractivité** tout en garantissant un **développement durable et équitable du territoire.**

Ce programme est le 1^{er} Fonds Dédié du Fonds de Dotation Essentiem dont la vocation est d'œuvrer pour un tourisme bienveillant et dont la Région Auvergne Rhône-Alpes Tourisme est membre fondateur.

Les projets soutenus par notre Fonds

Une liste de critères permet de sélectionner les projets éligibles à ce Fonds (création ou renforcement de liens durables et profonds, source de notre bien-être, démarche éco-responsable, pérennité du projet dans le temps...).

En parallèle, des appels à projets sont organisés à minima 1 fois par an autour d'une thématique phare pour cibler des initiatives spécifiques.

En 2022, 8 projets ont été soutenus dont 6 dans le cadre d'un 1^{er} appel à projet sur la thématique du « Prendre Soin ».

Collecte des fonds

A ce jour, 9 mécènes fondateurs ont rejoint le Fonds, abondant chacun à hauteur de 10 000€/an pendant 3 ans pour financer les projets.

En parallèle, l'Agence a fait évoluer ses conventions de partenariat pour permettre aux socioprofessionnels de flécher une partie de leur adhésion vers le Fonds. Ce modèle permet de récolter environ 20 000€ supplémentaires chaque année.

Fonctionnement de notre Fonds

3 instances composent notre Fonds. Elles sont mobilisées à minima 1 fois/an afin d'étudier les candidatures des porteurs de projets.



La composition de chaque instance est la suivante

COMITE D'ELIGIBILITE	CONSEIL DE GOUVERNANCE	COMITE D'ATTRIBUTION
L'équipe technique et, au besoin, un expert ou organisme extérieur selon la technicité du projet	Le président du Fonds, les vice-présidents du Fonds, 3 représentants de l'équipe technique, 3 représentants du Fonds de Dotation ESSENTIEM	Le Président du Fonds, les vice-présidents du Fonds, 3 représentants de l'équipe technique, le collège des mécènes

Annexe 4 - Centre de formation Aix les Bains Riviera des Alpes

Centre de formation Aix les Bains Riviera des Alpes

UN CONCEPT DE FORMATION INNOVANT

Fuite de talents, recrutement, management, recherche de sens au travail, volonté de développer son réseau et de renforcer les liens avec ses parties prenantes sont autant de problématiques face auxquelles l'humain est, selon nous, au cœur de la solution.

En réponse à ces enjeux des entreprises du territoire, l'Agence Aix les Bains Riviera des Alpes a ouvert cette année le premier centre de formation dans lequel **le savoir-être est indissociable du savoir-faire**, et où le développement personnel est mis au service de la performance professionnelle. Aujourd'hui plus que jamais, l'épanouissement de chacun et le bien-être au travail sont des leviers de performance incontournables pour tout manager, qu'il soit dirigeant, président, ou chef de projet responsable d'une équipe.

POUR AMÉLIORER VOTRE ATTRACTIVITÉ

Dans la continuité de nos missions d'agence d'attractivité territoriale, le centre Aix les Bains Riviera des Alpes propose des formations pour développer **l'attractivité** d'une offre, d'une entreprise, d'une marque ou d'une personne, en lien avec le territoire. Les compétences de l'Agence, réunies à celles de nos formateurs, font de ce centre un organisme unique proposant un vaste **domaine d'expertises** : stratégie marketing, communication, commercialisation, management, performances, expérience client, transition écologique...

En s'appuyant sur un **collectif de formateurs**, véritables forces vives du territoire, et les compétences issues de nos métiers, nous créons et animons au Hub des parcours de formation personnalisés et adaptés, selon les besoins et le profil des participants.

Le travail au sein du collectif permet de réunir les formateurs en binômes, de façon à croiser leurs expertises respectives en savoir-être ou savoir-faire et ainsi enrichir le contenu des formations. Les formateurs conçoivent ensemble les formations, pour une complémentarité totale entre savoir-faire et savoir-être.

LES VALEURS DU CENTRE

INNOVATION : VOUS FAIRE VIVRE UNE EXPÉRIENCE DE FORMATION INNOVANTE

L'intégration du développement personnel dans le cadre professionnel est une volonté forte qui nous singularise. Elle se traduit par la création de formations personnalisées où interviennent, de manière complémentaire, à la fois des formateurs en savoir-faire professionnel pour perfectionner ses pratiques, et d'autres en savoir-être pour mieux se connaître et améliorer son relationnel.

COMPÉTENCES : RÉUNIR POUR VOUS LES EXPERTS DU TERRITOIRE

Les compétences liées à nos missions d'agence d'attractivité territoriale, réunies à celles de nos formateurs, forces vives du territoire, font de notre centre de formation un organisme unique proposant un vaste domaine d'intervention : stratégie marketing, communication, réseaux sociaux, commercialisation, management, performance, expérience client ou savoir-être professionnel.

COOPÉRATION : SEUL ON VA PLUS VITE, ENSEMBLE ON VA PLUS LOIN

Notre centre de formation n'existe que par la coopération sincère et réciproque entre l'Agence Aix Riviera et son collectif de formateurs pour imaginer des formations adaptées et co-construites avec nos clients.

AGILITÉ : AU PLUS PROCHE DE VOS BESOINS

Face à tous les changements qui s'opèrent chaque jour plus vite, nous souhaitons être au plus proche des attentes et besoins de nos clients. Nous proposons des parcours personnalisés, atypiques, expérimentaux et dynamiques

ÉPANOUISSEMENT : RÉVÉLER LE TALENT DE CHACUN

Nous sommes convaincus que l'épanouissement de l'Homme passe par 3 étapes :

- La découverte de son talent et son appropriation
- L'expérimentation de son talent pour le développer
- L'application de son talent au service des autres

Notre centre de formation vise à aider les participants à mieux se connaître, mieux comprendre leurs besoins émotionnels et ainsi découvrir et révéler leur talent

UNE CERTIFICATION QUALITÉ



■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION

Notre organisme de formation a récemment obtenu la **certification Qualiopi**, une certification nationale qui encadre la formation professionnelle et atteste de la qualité du processus mis en œuvre pour concourir au développement des compétences. Le Centre de formation est certifié depuis septembre 2022 pour les actions de formation qu'il dispense.

FORMATIONS, RENCONTRES ET MISES EN RÉSEAU

Pour se nourrir des liens qui nous entourent, apprendre à les renforcer et à les sublimer, nous programmons tout au long de l'année des formations en inter-entreprises, ainsi que des temps de rencontres et de mise en réseau : conférences, speed-meetings, ateliers de co-construction, cafés actus...

Nous vous accueillons dans nos locaux au Hub à Grésy-sur-Aix ou dans votre structure, pour des formations en intra ou en inter-entreprises. Le programme des rencontres et formations 2023 sera prochainement consultable sur notre site internet :

<https://formation.aixlesbains-rivieradesalpes.com/agenda>

Annexe 5 – Actions Plan Climat pour 2023

TRANSITION ECOLOGIQUE

Notre démarche

Alors que certains territoires ont choisi de prendre le contre-pied catégorique du développement touristique en actionnant un grand plan de démarketing de leur destination, Aix les Bains Riviera des Alpes souhaite mener une action de synchromarketing. Cette approche est un véritable levier de développement responsable qui lisse la fréquentation tout au long de l'année et de manière plus diffuse sur l'ensemble de son territoire, afin d'éviter les périodes de sur-fréquentation estivale concentrées sur des sites restreints.

Nous avons fait le choix depuis plusieurs années de sélectionner nos clients, nos visiteurs, nos entreprises que nous souhaitons faire venir sur le territoire. Par nos actions d'inbound marketing, de travail sur nos profils de clientèle, et de nos valeurs, nous œuvrons au quotidien pour une attractivité équilibrée et adaptée à notre destination.

En lien avec les différents plans de relance de notre agglomération (Plan climat, CRTE) et en accompagnement des démarches de Territoire de Transition (énergétique, rénovation, mobilité, agriculture, tourisme et du Label Biosphères Unesco), l'Agence Aix Riviera souhaite impulser, par l'entrée touristique, une véritable dynamique collective et territoriale qui s'ouvrira bien plus largement sur d'autres secteurs (eau, circuits courts, gestions des déchets...). Ce projet s'organise en 3 phases :

Phase 1. La transition écologique de l'Agence

- **Objectif :** Mener une transition écologique et énergétique de l'Agence Aix les Bains Riviera des Alpes. Cela passe par la réalisation d'une étude mesurant les émissions carbone de l'entreprise et la mise en place d'un plan d'actions pour les réduire en repensant notre façon de travailler.
- **Nos actions déjà réalisées en 2022 :**
 - La sensibilisation des collaborateurs (fresque du climat)
 - Le bilan carbone
 - La définition d'un plan d'action co-construit avec les collaborateurs

Phase 2. L'accompagnement des acteurs dans leur transition écologique

- **Objectif :** Accompagner nos acteurs dans la transition écologique de leur propre structure. Le rôle d'Aix les Bains Riviera des Alpes est ici d'être un facilitateur pour permettre d'abord la prise de conscience des acteurs du territoire sur le sujet et les mettre en lien ensuite avec les bons interlocuteurs pour se lancer dans la démarche.
- **Nos actions déjà réalisées en 2022 :**
 - La sensibilisation ciblée des acteurs du tourisme, les enjeux spécifiques à leur secteur et les solutions à leur portée
 - La formation à l'évaluation de leur empreinte carbone pour réduire leur consommation énergétique, diminuer leurs émissions et transformer des comportements.

Phase 3. La promotion d'un territoire responsable

- **Objectif :** Engager la transition écologique de la destination Aix les Bains Riviera des Alpes avec le concours des acteurs publics et privés du territoire. Cela passera par la définition d'un objectif audacieux invitant à repenser l'attractivité territoriale de demain pour y parvenir collectivement et par la sensibilisation des habitants, premiers consommateurs du territoire.

- **Nos actions déjà réalisées en 2022 :**
 - Bilan carbone persona
 - Recensement des initiatives responsables sur le territoire
 - Obtention de l'organisation des Universités du Tourisme Durable 2023

Notre programme d'actions pour 2023 : budget 45 000€ TTC

- ✓ Label Rivierattitude / recensement des initiatives responsables et développement d'une plate-forme collaboratives entre socio-professionnels (action prévue en 2022 mais reportée en 2023)
- ✓ Réalisation d'une étude sur comportements touristiques des clients actuels sur les 4 saisons
- ✓ Organisation des Universités du Tourisme Durable (événement national)
- ✓ Navettes mise en place dans le cadre du Be Fit 2023
- ✓ Organiser un cycle de conférences à l'année sur des sujets de transition écologique. Objectif : sensibiliser
- ✓ Mise en place d'une boîte à outils et des ateliers collaboratifs
- ✓ Eductours et retours terrain d'acteurs qui se sont lancés dans la transition éco. Objectif : inspirer, rassurer, engager.

Accusé de réception préfecture

Objet de l'acte :

Convention d'objectifs et de moyens entre l'Agence Aix les Bains Riviera des Alpes (Office de Tourisme Intercommunal) et Grand Lac

Date de transmission de l'acte : 28/02/2023

Date de réception de l'accusé de réception : 28/02/2023

Numéro de l'acte : d4489 ([voir l'acte associé](#))

Identifiant unique de l'acte : 073-200068674-20230221-d4489-DE

Date de décision : 21/02/2023

Acte transmis par : ESTELLE COSTA DE BEAUREGARD ID

Nature de l'acte : Délibération

Matière de l'acte : 5. Institutions et vie politique
5.7. Intercommunalité
5.7.6. Autres