

*Séance du lundi 28 janvier 2008*

***DELEGATION DE M. Stéphan DELAUX***

**D -20080032**

**Programme d'actions 2008 du Bordeaux Gironde Convention Bureau. Convention de partenariat. Approbation. Autorisation.**

Monsieur Stéphan DELAUX, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :  
Mesdames, Messieurs,

Nous soutenons depuis plusieurs années l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau (BGCB), dont l'objectif est de développer et de promouvoir le tourisme d'affaires en Gironde et à Bordeaux.

Dans une conjoncture économique toujours difficile sur ce marché, avec une concurrence internationale accrue, Bordeaux arrive à se distinguer et est devenue la 4<sup>ème</sup> ville française pour les congrès, foires et salons. L'inscription de la ville au patrimoine mondial de l'Unesco, la montée en gamme de notre offre d'hébergement doivent nous permettre de rester compétitif.

Pour 2008, le positionnement stratégique du BGCB portera essentiellement sur deux segments de marchés :

- le marché des congrès nationaux et internationaux,
- le marché des réunions d'entreprises nationales et internationales (séminaires, conventions, lancements de produits, incentives, journées d'étude ...).

Les modalités de ce partenariat (convention) ainsi que le programme d'actions 2008 sont décrits en annexe du présent rapport, pour un budget prévisionnel de 265 640 euros.

Au budget primitif 2008, une subvention municipale d'un montant de 50 000 euros a été votée.

Aussi, je vous demande, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à :

- signer la convention de partenariat 2008, dont le projet est ci-annexé,
- verser au Bordeaux Gironde Convention Bureau la somme de 50 000 € dont le montant sera imputé sur la fonction 9 – sous fonction 95 – nature 6574.

ANNEXE :

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2008**

**VILLE DE BORDEAUX**

**ASSOCIATION BORDEAUX GIRONDE CONVENTION BUREAU**

Entre, la Ville de Bordeaux, place Pey-Berland, 33077 Bordeaux cedex, représentée par son Maire, Monsieur Alain JUPPÉ, habilité aux fins des présentes par délibération du Conseil Municipal, en date du ....., et reçue à la Préfecture le .....,

Et l'Association Bordeaux Gironde Convention Bureau, 12 cours du XXX Juillet, 33080 Bordeaux cedex, représentée par son Président Monsieur Christian DELPEUCH, autorisé par délibération du Conseil d'Administration du 14 décembre 2007.

***Exposé***

La politique générale d'aide aux associations de la ville de Bordeaux fait l'objet de conventions de partenariat qui définissent les objectifs et les moyens de l'association, les conditions matérielles et financières de l'aide apportée par la Ville ainsi que les engagements des deux parties.

***Considérant***

Que l'Association Bordeaux Gironde Convention Bureau, domiciliée 12 cours du XXX Juillet à Bordeaux, dont les statuts ont été approuvés le 7 mai 1991 et dont la déclaration de création a été reçue en Préfecture de la Gironde le 10 juillet 1991, a pour but de développer et de promouvoir le tourisme d'affaires en Gironde, présentant un intérêt communal propre,

***Il a été convenu :***

**Article 1 – Activités et projets de l'association**

L'association Bordeaux Gironde Convention Bureau s'assigne au cours de la période du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2008, à la réalisation des activités de promotion et de développement du tourisme d'affaires à Bordeaux en mettant notamment en œuvre des actions de promotion sur :

- le marché des congrès nationaux et internationaux,
- le marché des réunions d'entreprises nationales et internationales.

**Article 2 – Mise à disposition des moyens**

La Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau, dans les conditions figurant à l'article 3 :

- une subvention de 50 000 € (CINQUANTE MILLE EUROS) pour l'année civile 2008.

### **Article 3 – Conditions d'utilisation de l'aide**

L'association Bordeaux Gironde Convention Bureau s'engage à utiliser les moyens mis à disposition par la Ville de Bordeaux, dans les conditions suivantes :

la subvention sera utilisée pour la conduite de son plan d'actions pour l'année 2008 en annexe, l'association transmettra à la Ville de Bordeaux un bilan de son programme d'actions.

Au regard du budget prévisionnel annexé, la réalisation des activités s'élève à 265 640 € et la subvention municipale à 50 000 €.

### **Article 4 – Mode de règlement**

Pour 2008, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités retenues, s'élève à 50 000 €.

Elle sera versée suivant le calendrier ci-après :

- 1<sup>er</sup> versement : 25 000 € dès signature de la présente convention,
- 2<sup>ème</sup> versement : 25 000 €, au mois de juin 2008.

Elle sera créditée au compte de l'association BORDEAUX GIRONDE CONVENTION BUREAU n°30004 00320 00023637618 70, établissement : B.N. P. Bordeaux.

### **Article 5 – Conditions générales**

L'association s'engage :

- 1 / à pratiquer une liberté d'adhésion et d'éligibilité de l'ensemble de ses membres à ses instances dirigeantes,
- 2 / à déclarer sous 3 mois, à la Ville, toute modification remettant en cause ses liens avec le territoire de la commune de Bordeaux,
- 3 / à déclarer sous 3 mois, à la Ville, tout changement intervenu dans son conseil d'administration,
- 4 / à ne pas reverser tout ou partie de la subvention à d'autres associations, sociétés, collectivités ou personnes de toute nature,
- 5 / à adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable général,
- 6 / à restituer à la Ville les sommes éventuellement non utilisées,
- 7 / à rappeler sur l'ensemble de ses outils d'information ou de communication et sur les supports qu'elle estimera les plus adaptés, l'aide que lui apporte la Mairie, soit sous la forme de la présence du logo municipal, soit sous la forme du texte suivant « association soutenue par la Mairie de Bordeaux ». Le logo est à retirer à la Direction de la Communication qui devra également être destinataire de la totalité des éléments de communication ou d'information externe de l'association (affiches, plaquettes, dossiers de presse, ...).

### **Article 6 – Condition de renouvellement**

La présente convention est conclue pour la période fixée à l'article 1. Toute reconduction tacite est exclue. Le cas échéant, une nouvelle convention devra intervenir pour une nouvelle période.

### **Article 7 – Condition de résiliation**

En cas de non respect par l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein

*Séance du lundi 28 janvier 2008*

droit par la Ville de Bordeaux, à l'expiration d'un délai de 15 jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure.

La présente convention sera résiliée de plein droit sans préavis, ni indemnité en cas de redressement ou de liquidation judiciaire ou d'insolvabilité notoire de l'association.

**Article 8 – Contrôle de la Ville sur l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau**

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau s'engage à communiquer aux fins de vérification par des délégués mandatés par le Maire :

- une copie certifiée de son budget,
- une copie certifiée de ses comptes (bilans et compte de résultat) pour l'exercice écoulé (la certification doit se conformer aux dispositions légales et réglementaires en vigueur, notamment les décrets du 27/03/1993 et 1/03/1984,
- tout document faisant connaître les résultats de son activité.

La Ville de Bordeaux et l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau prévoient par ailleurs de se réunir, autant que de besoins, pour la mise en œuvre de la présente convention.

**Article 9 – Droits de timbre et d'enregistrement**

Les frais éventuels des présentes seront à la charge de l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau.

**Article 10 – Election de domicile**

Pour l'exécution des présentes, il est fait élection de domicile à savoir :

- par la Ville de Bordeaux, en l'Hôtel de Ville,
- par l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau, 12 cours du XXX Juillet à Bordeaux.

Fait à Bordeaux en 3 exemplaires, le

POUR LA VILLE DE BORDEAUX,

POUR L'ASSOCIATION

BORDEAUX GIRONDE CONVENTION  
BUREAU,

STEPHAN DELAUX

CHRISTIAN DELPEUCH

PRESIDENT CHARGE DU TOURISME ET  
DE

ADJOINT AU MAIRE

L'ANIMATION DE LA VILLE

*Séance du lundi 28 janvier 2008*

Le tourisme d'affaires. Autrement



Bordeaux Gironde  
Convention Bureau

# Projet de Plan d'action 2008

**PRESENTATION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION  
DU 14 DECEMBRE 2007**

ACTUALISATION DU PROJET PRESENTE AU  
CONSEIL D'ADMINISTRATION DU 10 JUILLET 2007

---

12, cours du XXX Juillet • 33080 BORDEAUX Cédex • FRANCE  
Tél : (33) 05 56 52 53 11 • Fax : (33) 05 56 52 53 58 • <http://www.bgcb.com> • Email : [bgcb@bgcb.com](mailto:bgcb@bgcb.com)  
Association Loi 1901 - N°19428

## Préambule

### LES MARCHES CIBLES DU BGC

Les congrès	Les associations nationales et internationales Les sociétés savantes Les porteurs de projets locaux (ambassadeurs) Les Organismes Professionnels de Congrès (PCO) Les Association management Companies (AMC)
-------------	--

Les réunions d'entreprises Séminaires, conventions, lancements de produits, incentives, journées d'étude, road shows	Les entreprises nationales et internationales Les agences de tourisme d'affaires Les agences d'événements
--	---

#### Ces cibles sont localisées principalement

Pour les congrès	A Paris (association nationales et associations internationales) A Bruxelles (associations européennes) A Bordeaux (ambassadeurs, ou porteurs de projets locaux)
------------------	--

Pour les réunions d'entreprises	A Paris (sociétés nationales) Dans les pays étrangers de proximité
---------------------------------	---

## Récapitulatif des actions

### §1 MARCHE DES CONGRES NATIONAUX ET INTERNATIONAUX

PROSPECTION  
SALONS  
CLUB DES AMBASSADEURS

### §2 MARCHE DES REUNIONS D'ENTREPRISES

SALONS  
EDUCTOURS  
DEMARCHAGE

### §3 COMMUNICATION - EDITIONS

BROCHURES  
INTERNET  
TAG

### §4 RELATIONS AVEC LES ADHERENTS

LA LETTRE DU BGCB  
LES DEJEUNERS MENSUELS  
L'ESPACE ADHERENT SUR BGCB.COM

### §5 BUDGET

§1  
MARCHE DES  
CONGRES NATIONAUX ET  
INTERNATIONAUX

PROSPECTION  
CLUB DES AMBASSADEURS  
ANNONCE PRESSE

## ➤ PROSPECTION

### CIBLES

- les associations nationales basées en France
- Les associations européennes basées principalement à Bruxelles (et accessoirement dans d'autres villes européennes telles que Londres et Genève)
- Le Club des Ambassadeurs de Bordeaux
- Les principaux PCO européens

### VEILLE MARKETING

Qualification de fichiers, téléphone, démarchage, participation aux bourses d'échange ICCA et autres séminaires permettant de rencontrer ces prospects

### MISSION DE PROSPECTION

Le BGCB a chargé le cabinet de consultant ADELPHI d'une mission en vue d'identifier les filières d'excellence girondines susceptibles de générer l'organisation de manifestations professionnelles.

### ICCA EXPERT SEMINAR - Francfort – 14-16 avril 2007

Séminaire annuel réunit 65 participants dont la moitié sont des associations internationales et des AMC le week end précédent IMEX à Francfort. Formation et networking

## ➤ LES SALONS

Tous les grands salons internationaux tentent de cibler les associations :

- Le salon IMEX (Francfort) met en place un programme spécifique de formation et de networking, en partenariat avec ICCA, pour les associations internationales
- Le salon EMIF à Bruxelles cible les associations européennes basées en Belgique (107 ont visité le salon en 2006)
- Le salon BEDOUK à Paris invite les associations basées en région parisienne

## ➤ LE CLUB DES AMBASSADEURS DE BORDEAUX

### ANIMATIONS

Invitation des Ambassadeurs au Jumping de Bordeaux (partenaire CEB)  
Organisation d'un Tournoi de Golf des Ambassadeurs (manifestation récurrente)  
Visite de l'Hôtel Regent

Organisation d'une soirée de prestige pour fêter les 1 an du Club (date à déterminer)

Invitation d'Ambassadeurs d'une autre ville (Glasgow, Edimbourg, ...)

### INTERNET

Animation du site [www.club-ambassadeurs-bordeaux.fr](http://www.club-ambassadeurs-bordeaux.fr) sur la plateforme Ecobiz (partenariat avec la CCIB)

### COMMUNICATION

Réalisation de deux dépliants :

- ✚ Poser la candidature pour un congrès
- ✚ Le site internet [www.Club-ambassadeurs-bordeaux.fr](http://www.Club-ambassadeurs-bordeaux.fr)

§2

MARCHE DES  
REUNIONS D'ENTREPRISES

SALONS : BEDOUK MC&IT

EMIF

IMEX

EIBTM

EDUCTOURS : EVENEMENT  
FRANCE

DEMARCHAGE : ALLEMAGNE,  
GRANDE BRETAGNE

➤ **FRANCE**

**SALON BEDOUK MC&IT – 6-7 février**

Lieu: Parc des Expositions de la Porte de Versailles

Stand collectif avec les membres du BGCB

Présence sur le stand France Congrès

*Co-exposants : CEB, Hôtel Sofitel Aquitania, Hôtel Burdigala, , Hôtel Mercure Château Chartrons, Hôtel Mercure Cité Mondiale, Arcachon Tours & detours, Château du Pian.*

➤ **INTERNATIONAL**

**Salon IMEX – Francfort – 22-24 avril**

Salon européen pour le marché des congrès, séminaires et incentives - visiteurs internationaux de grande qualité

Visiteurs : +/- 7000

**Salon EIBTM – Barcelone – 2-4 décembre**

Salon européen pour le marché des congrès, séminaires et incentives - visiteurs internationaux de grande qualité

Visiteurs : +/- 7000

**EVENEMENT France UK/Irlande/AFRIQUE DU SUD/MOYEN ORIENT – 8-9 février**

Ces clients font partie d'une délégation de 300 « hosted buyers » invités par le French Convention Bureau à Paris à l'occasion du salon BEDOUK MC&IT. Chaque délégation étrangère est ensuite envoyée dans une région.

➤ **BELGIQUE**

**SALON EMIF – 19-20 mars**

Salon du Tourisme d'affaires – 6 565 visiteurs  
En 2006 dont 100 associations  
Stand Maison de la France avec 1 ou 2 partenaires

➤ **GRANDE BRETAGNE**

**Démarchage**

4 jours de démarchage : du lundi après-midi au vendredi midi – 3 à 5 rendez vous par jour, selon la géographie  
Lieu : Londres autres villes (villes à confirmer)  
Date : deuxième semestre 2008 – juillet ou août  
Cible : Agences MICE  
Participation : 4 personnes : 1 BGCB + 2 hôtel ou DMC  
Option : organisation d'un dîner à Londres dans la semaine avec 10 décision makers du marché des agences MICE – Dîner gastronomique avec dégustation de vins – nombre d'invités potentiel : 18

**Soirées French Events**

2 soirées organisées par Maison de la France  
1 soirée agences : 2 avril  
1 soirée sociétés : 23 septembre

§3

COMMUNICATION  
EDITIONS

BROCHURES  
INTERNET  
TAG

➤ **BROCHURE**

La brochure du BGCB doit refléter le message et le positionnement choisis par la BGCB

➤ **INTERNET**

Mise à jour et amélioration du site. Mise en cohérence avec l'image et le positionnement choisis par le BGCB

*Option : la refonte totale du site est une option à envisager en 2008 ou 2009*

➤ **TAG**

Lettre d'information électronique destinée aux agences de tourisme d'affaire et d'événement, aux entreprises, aux associations nationales et internationales, aux PCOs, à la presse professionnelle

Format : newsletter électronique envoyée par e-mail  
Parution : 4 x an, mars, juin, septembre, décembre  
Gratuite pour les membres du BGCB

Diffusion :  
+/- 2000 ex. en France  
+/- 2000 ex. à l'étranger

§4

RELATIONS AVEC LES ADHERENTS

LA LETTRE DU BGCB  
LES DEJEUNERS MENSUELS  
L'ESPACE ADHERENT SUR BGCB.COM

## *Séance du lundi 28 janvier 2008*

L'objectif du BGCB est de fédérer l'ensemble des acteurs du tourisme d'affaires de Bordeaux et de la Gironde autour de son action.

Le BGCB communique avec ses adhérents au moyen de 3 outils :

**Une lettre d'information mensuelle.** Cette lettre est envoyée par e-mail chaque dernier jour du mois. Elle est désormais téléchargeable sur le site Internet du BGCB dans l'Espace Adhérents

Les **déjeuners mensuels** dont le but premier est de favoriser les rencontres entre adhérents.

Un **Espace Adhérents** qui favorise l'échange d'information avec les membres du BGCB

§ 5

BUDGET

## PREVISIONNEL PRODUITS

	<b>RAPPEL 2007</b>	<b>2008</b>
<b>MEMBRES ACTIFS</b>	82 630,00	83 235,00
<b>MEMBRES ASSOCIES</b>	9 405,00	9 900,00
<b>TOTAL COTISATION PROFESS. (1)</b>	<b>92 035,00</b>	<b>93 135,00</b>
MAIRIE DE BORDEAUX	50 000,00	50 000,00
CONSEIL GENERAL	19 800,00	19 800,00
CUB	50 000,00	50 000,00
CCIB	20 000,00	20 000,00
<b>TOTAL INSTITUTIONNELS (2)</b>	<b>139 800,00</b>	<b>139 800,00</b>
BEDOUK MC&IT (7 partenaires)		13 925,00
EMIF (1 partenaire)		2 420,00
IMEX (3 partenaires x 2000 €)		6 000,00
EIBTM (3 partenaires x 2000 €)		6 000,00
Divers		5 000,00
Participation Opérations de promotion	<b>29 812,00</b>	<b>33 420,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>261 647,00</b>	<b>266 280,00</b>

## PREVISIONNEL CHARGES

POSTES	Estimation 2007 au 31/09	Prévisionnel
Salaires et charges	137 645,15	140 000,00
Charges de fonctionnement	12 053,67	12 000,00
<b>1 : TOTAL FONCTIONNEMENT</b>	<b>149 698,82</b>	<b>152 000,00</b>
<i>Frais commerciaux</i>		
Timbres, tél, fax, photocop	4 842,00	5 000,00
Emailing	1 584,69	1 500,00
Internet	1 223,40	1 500,00
Impressions, documentations	3 635,65	4 000,00
Missions et réceptions	1 000,00	1 000,00
Voyages et déplacements	10 000,00	12 000,00
Réunions BGCB	1 095,56	1 000,00
<b>2 : TOTAL FRAIS COMMERCIAUX</b>	<b>23 381,30</b>	<b>26 000,00</b>
<b>3 : Adhésions groupés professionnels</b>	<b>6 735,77</b>	<b>6 300,00</b>
ICCA		
MAISON DE LA France		
CFTAR		
OFFICE DE TOURISME DE BORDEAUX		
CDT		
APACOM		
<b>ACTIONS</b>		
Salon Bedouk	17 728,09	33 000,00
Salon IMEX (Base stand Bordeaux Biarritz Pau)	7 411,91	9 000,00
Salon EMIF (base stand Maison de la France)	4 247,10	4 840,00
Salon EIBTM (Base stand Bordeaux-Biarritz-Pau)	8 500,00	9 000,00
EVENEMENT France	3 028,59	3 000,00
Promotion Londres	1 413,55	6 000,00
TAG	92,09	1 500,00
OP diverses	5 578,51	
<b>4 : TOTAL ACTIONS</b>	<b>47 999,84</b>	<b>66 340,00</b>
<b>Programme Ambassadeurs</b>		
Réunions		13 000,00
Communication		2 000,00
<b>5 : TOTAL AMBASSADEURS</b>	<b>22 870,15</b>	<b>15 000,00</b>
Presse	5 621,20	
Prev dernier trimestre 2007	5 339,92	
<b>SOUS TOTAL PROMOTION (2+3+4+5)</b>	<b>111 948,18</b>	<b>113 640,00</b>
<b>BUDGET TOTAL</b>	<b>261 647,00</b>	<b>265 640,00</b>

### M. DELAUX. -

Monsieur le Maire, chacun est bien conscient que le tourisme d'affaires est un gisement économique important. C'est aussi un marché à très haute compétition internationale.

*Séance du lundi 28 janvier 2008*

Vous avez là l'aide que nous apportons au Convention Bureau pour la promotion de notre destination. C'est un programme qui est élaboré en concertation avec les collectivités et les professionnels.

Je voudrais dire que 2008 sera sans doute une année charnière dans l'élaboration d'une stratégie qui prendra en compte à la fois l'évolution de l'offre de la ville, mais aussi des éléments nouveaux, en particulier son classement au Patrimoine de l'UNESCO.

**M. LE MAIRE.** -

Merci. Qui souhaite intervenir là-dessus ?

M. RESPAUD.

**M. RESPAUD.** -

Je voulais intervenir pour dire qu'il y a de plus en plus de rumeurs qui circulent sur l'action du Convention Bureau, notamment sur deux points.

Le premier c'est que beaucoup pensent qu'il faudrait que Convention Bureau ne favorise pas une certaine chaîne d'hôtels mais bénéficie à toute l'hôtellerie bordelaise – Je dis bien de toute l'hôtellerie bordelaise – Il semble que ça ne soit pas toujours le cas.

Le deuxième point de critique c'est qu'il nous semble que Convention Bureau devrait peut-être être une structure plus commerciale, qui recherche plus le client. Elle apparaît trop comme une structure de promotion, d'édition de plaquettes.

Donc je crois que ceux qui auront en charge de nous représenter prochainement devront s'assurer que ces deux éléments seront bien pris en compte. Merci.

**M. DELAUX.** -

Sur le deuxième point qu'évoque Jacques RESPAUD, il y a effectivement une volonté d'aller véritablement à la recherche de grandes affaires en tourisme d'affaires, en particulier sur le marché international.

C'est une orientation qui est intégrée aujourd'hui par l'équipe du Convention Bureau qui est toute petite, je le rappelle. Et quand je parlais tout à l'heure d'année charnière dans la stratégie, c'est effectivement un point qui sera pris en compte.

Sur le premier point concernant les hôtels, j'avoue que je suis très surpris, parce que je n'ai jamais entendu aucune rumeur sur ce plan et que ça n'a jamais été évoqué au Convention Bureau.

Je ne crois pas qu'ils placent eux-mêmes les congressistes dans les hôtels, mais je regarderai.

**M. LE MAIRE.** -

Merci. Y a-t-il des oppositions sur ce dossier ?

(Aucune)

**ADOPTE A L'UNANIMITE**

D -20080033

**Convention de partenariat entre la Ville de Bordeaux et ODIT France pour une enquête qualitative sur le tourisme urbain.  
Signature. Autorisation.**

Monsieur Stéphane DELAUX, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :  
Mesdames, Messieurs,

ODIT France, Groupement d'Intérêt Public en charge de l'observation, du développement et de l'ingénierie touristique souhaite renforcer la connaissance du tourisme urbain et notamment d'agrément.

A ce titre, ODIT France envisage de faire réaliser des enquêtes essentiellement qualitatives sur le territoire d'un échantillon d'une vingtaine de villes : outre Bordeaux, Biarritz, Montpellier, Nice ...seront associés à cette opération.

Ces enquêtes doivent explorer deux thèmes principaux :

- l'impact des actions menées pour le cadre de vie des habitants dans la satisfaction des visiteurs : aménagements urbains, offres en transports collectifs et individuels (modes doux), services et commerces offerts, actions en faveur de la propreté dans l'espace public etc...
- le rôle que jouent les villes dans l'attractivité touristique des territoires qui les environnent, agglomération, département et/ou région : quelles sont les distances parcourues par les touristes urbains hors de la ville, quelles sont leurs activités dans ces territoires ?

Ces enquêtes seront menées exclusivement dans l'espace public auprès des visiteurs français et étrangers en voyage d'agrément à titre individuel dans les villes de l'échantillon. Seront enquêtées les personnes en séjour comme celles visitant pour quelques heures la ville sans y dormir. Les périodes retenues couvrent le printemps et l'été 2008.

Le coût prévisionnel de cette enquête qui sera réalisée sous la maîtrise d'ouvrage d'ODIT France est de 115 000 € TTC. La Ville de Bordeaux est sollicitée pour participer à hauteur de 5 000 € TTC, en contrepartie, bien entendu, de la fourniture de l'ensemble des données recueillies et exploitées.

Le projet de convention avec ODIT France vous est présenté en annexe.

Aussi, je vous demande, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à :

- inscrire la somme de 5 000 € à verser au profit d'ODIT France lors d'une prochaine décision modificative en vue de réaliser cette enquête.
- signer la convention de partenariat ci-jointe.

**ANNEXES :**

Code analytique d'ODIT France

Pilote	Thématique	Action	Donneur d'ordre	N° de dossier
DEF	URB	OPP	ODI	

**Convention de Partenariat**

**ENTRE : ODIS FRANCE, GROUPEMENT D'INTERET PUBLIC**

**23, PLACE DE CATALOGNE - 75014 PARIS**

**REPRESENTEE PAR CHRISTIAN MANTEI, SON DIRECTEUR GENERAL**

**ET : LA VILLE DE BORDEAUX, COLLECTIVITE LOCALE**

**PLACE PEY-BERLAND ; 33077 BORDEAUX CEDEX**

**REPRESENTEE PAR STEPHAN DELAUX, ADJOINT AU MAIRE**

Il est convenu ce qui suit :

**Article 1 : Exposé des motifs**

ODIT France souhaite lancer une enquête sur sites auprès des touristes d'agrément en villes, français et étrangers, pour mieux connaître leurs appréciations concernant les actions menées par les villes en matière d'aménagement, de stationnement, de transports etc. Cette enquête sera également l'occasion d'interroger les visiteurs sur leur intérêt pour les territoires environnants la ville visitée et leurs pratiques dans ces dits territoires.

Cette meilleure connaissance des touristes urbains est conforme aux objectifs d'ODIT France dont l'une des missions est de contribuer à une meilleure adaptation et au renouvellement de l'offre touristique française, en tenant compte de l'évolution des attentes des clientèles.

La ville de Bordeaux est concernée par l'activité touristique, comme vecteur de développement et de retombées économiques sur le territoire de la ville. Une meilleure connaissance des comportements et attentes des touristes permettra donc d'adapter la stratégie touristique de la ville aux fins d'améliorer ces retombées, tout en améliorant la qualité de son offre. Elle est également susceptible d'inciter la ville à une appréhension plus transversale du tourisme en impliquant tous ses services. Enfin, elle est susceptible d'aider la ville à une meilleure intégration de sa stratégie au sein des territoires environnants (urbains ou non urbains).

**Article 2 : Contenu de la démarche et programme des opérations**

Enquêtes qualitatives sur sites, auprès des visiteurs d'agrément, français et étrangers, auprès d'un échantillon de 20 villes volontaires, dont 10 grandes villes et/ou communautés d'agglomérations.

-validation d'un questionnaire (ou de plusieurs éventuellement selon les techniques d'enquêtes retenues) en commun avec le prestataire choisi ;  
-réalisation des enquêtes proprement dites ;  
-traitement des enquêtes pour rédaction d'un rapport général d'analyses sur les principaux enseignements et grandes tendances des attentes et comportements des visiteurs des villes, issus de ces traitements.

**Article 3 : Suivi de l'opération par le partenaire et résultats**

La Ville de Bordeaux, sera informée des différentes étapes de l'opération par ODIT France par courriels pour le cahier des charges, la consultation et le choix du bureau d'études, le (les) questionnaire(s) d'enquête nécessaire(s) à la réalisation de la mission.

En outre, le comité de pilotage créé pour le suivi de l'opération et composé des représentants des principaux partenaires d'ODIT France (la DIACT et la Fédération des Maires des Villes Moyennes), associera 2 ou 3 villes de l'échantillon à certaines réunions d'étape à Paris.

Enfin, elle sera destinataire des résultats globaux et des données des enquêtes terrain propres à la ville.

**Article 4 : Budget prévisionnel de l'opération et plan de financement**

Le budget prévisionnel total de l'opération confié à un prestataire extérieur, dans le cadre du programme défini à l'article 2, est de 115 000 € TTC (soit 96 153,85 € HT).

ODIT France, maître d'ouvrage de cette opération, finance cette somme sur son budget.

La Ville de Bordeaux s'engage à participer au coût du programme à hauteur de 5 000 € TTC maximum.

**Article 5 : Modalités de règlement**

La Ville de Bordeaux s'engage à régler sa participation financière en un seul versement sur présentation d'une facture accompagnée de l'envoi de la copie du marché notifié au prestataire choisi pour l'opération, par le Directeur Général d'ODIT France

**Article 6 : Modalités de paiement**

Le paiement sera effectué :

- par virement au profit de l'Agent Comptable d'ODIT France dont le compte est ouvert à la Recette Générale des Finances n° 00001000364 - Code banque : 10071 - Code guichet : 75 000 - clé RIB : 55

**Article 7 : Conditions d'utilisation des résultats**

**article 7-1 : pour ODIT France**

- ODIT France peut librement utiliser les résultats, même partiels, des opérations réalisées dans le cadre de la présente convention en citant le nom de la ville de Bordeaux ;
- ODIT France peut éditer et publier la synthèse de l'étude. La publication mentionnera les noms des auteurs et de la ville de Bordeaux.

**article 7-2 : pour la Ville de Bordeaux,**

- La Ville de Bordeaux ne peut faire aucun usage commercial des résultats de l'opération, objet de la présente convention, sans l'autorisation d'ODIT France.
- La Ville de Bordeaux garantit ODIT France contre toutes les revendications des tiers relatives à l'exercice de leurs droits de propriété littéraire, artistique ou industrielle à l'occasion de la mise en œuvre des dispositions de l'article 7-1 ci-dessus.

**Article 8 : Durée de la convention**

La durée de la convention est de 12 mois à compter de sa date de notification.

**Article 9 : Résiliation**

En cas de non-respect, par l'une ou l'autre des parties, des engagements réciproques inscrits dans la présente convention, celle-ci pourra être résiliée de plein droit par l'une ou l'autre des parties à l'expiration d'un délai de quinze jours suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception valant mise en demeure.

**Article 10 : Litiges**

Tout litige intervenant à l'occasion de l'exécution de la présente convention, ou à l'occasion de l'interprétation de ses dispositions, fera l'objet d'une recherche de conciliation. En cas de désaccord persistant, les juridictions compétentes seront saisies.

**Article 11 : Modifications et ajouts**

Toute modification à cette convention fera l'objet d'un avenant.

L'ADJOINT AU MAIRE DE BORDEAUX

LE DIRECTEUR GENERAL

STEPHAN DELAUX

CHRISTIAN Mantei

**Fait en 2 exemplaires originaux, à Paris, le .....**

La présente convention a été notifiée le :

**M. DELAUX.** -

Cela fait plusieurs années qu'il n'y pas eu d'études sur notre image touristique à Bordeaux. ODIT France nous propose une étude de ce type dans la rue auprès de touristes sous deux angles assez intéressants :

Un qui est la place de la ville de destination dans un périmètre d'attractivité territorial, c'est-à-dire la valeur de la destination Bordeaux au milieu du vin, au milieu de la Gironde, au milieu de l'Aquitaine.

Le deuxième point c'est comment l'évolution de la ville pour ses habitants, comment la modification de l'urbanisme et de la présentation de la ville contribuent à faire de l'attractivité touristique. Deux points très intéressants.

Moi j'ai une petite idée sur la deuxième question. C'est vrai, Monsieur le Maire, que votre projet urbain, ce que vous avez fait pour transformer cette ville a fait de Bordeaux une ville très attractive, et c'est pour ça que nous avons autant de touristes.

**M. LE MAIRE.** -

Merci. Y a-t-il des questions ? Pas d'oppositions ?

(Aucune)

**ADOPTE A L'UNANIMITE**