

DELEGATION DE M. Stéphan DELAUX

D -20100013

Programme d'actions 2010 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.

Depuis 2007, malgré une concurrence internationale accrue, Bordeaux arrive à se distinguer et est devenue la 4^{ème} 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 malgré un contexte économique difficile pour les entreprises.

Pour 2010, le positionnement stratégique du BGCB portera essentiellement sur :

- l' prospection pour identifier de nouveaux clients,
- l' mise en avant des produits novateurs,
- la poursuite de la dynamique autour du Club des Ambassadeurs de Bordeaux, facilitateur de la venue de congrès associatifs.

Les modalités de ce partenariat (convention) ainsi que le programme d'actions 2010 sont décrits en annexe du présent rapport, pour un budget prévisionnel de 361 912 euros.

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

- Signer la convention de partenariat 2010, dont le projet est ci-annexé,
- Verser au Bordeaux Gironde Convention Bureau la somme de 50 000 euros dont le montant sera imputé sur la fonction 9 – sous fonction 95 – nature 6574 de l'exercice en cours.

CONVENTION DE PARTENARIAT 2010 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 premier juillet 2009.

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^{er} janvier au 31 décembre 2010, 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 2010.

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 2010 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 361 912 € et la subvention municipale à 50 000 €.

Article 4 – Mode de règlement

Pour 2010, 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^{er} versement : 25 000 € dès signature de la présente convention,
- 2^{ème} versement : 25 000 €, au mois de juin 2010.

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 :

- à pratiquer une liberté d'adhésion et d'éligibilité de l'ensemble de ses membres à ses instances dirigeantes,
- à déclarer sous 3 mois, à la Ville, toute modification remettant en cause ses liens avec le territoire de la commune de Bordeaux,
- à déclarer sous 3 mois, à la Ville, tout changement intervenu dans son conseil d'administration,
- à ne pas reverser tout ou partie de la subvention à d'autres associations, sociétés, collectivités ou personnes de toute nature,
- à adopter un cadre budgétaire et comptable conforme au plan comptable général,
- à restituer à la Ville les sommes éventuellement non utilisées,

- 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 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 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux,	Pour l'association Bordeaux Gironde Convention Bureau,
Stephan DELAUX Adjoint au Maire	Christian DELPEUCH Président

Séance du lundi 25 janvier 2010

BORDEAUX GIRONDE CONVENTION
BUREAU

PLAN D'ACTION 2010

PROPOSITION AU CONSEIL D'ADMINISTRATION
DU 1^{ER} JUILLET 2009

Préambule

L'ANNEE 2010 EST PLACEE SOUS LE SIGNE D'UNE CONJONCTURE DIFFICILE ET INCERTAINE

Fin de crise ou pas fin de crise ?
Changement durable des comportements des décideurs ?
Fragilité des entreprises liée à une année 2009 difficile.
Freins au développement de la destination à l'étranger en raison de la fermeture successive de plusieurs lignes aériennes stratégiques pour le tourisme d'affaires : Bruxelles, Francfort, ...

Les points positifs sont :
La notoriété accrue de la destination Bordeaux-Gironde
Les nouveaux outils mis en place en 2009 par le BGCB et pleinement opérationnels en 2010 (CRM, site internet)
La volonté confortée des acteurs du tourisme d'affaires de travailler collectivement

Le tourisme d'affaires est naturellement un des secteurs les plus touchés par le ralentissement économique, qui affecte de façon directe les entreprises, prudentes dans leurs dépenses. En 2010 le BGCB se mobilisera afin de **prospecter de nouveaux clients** et tenter de maintenir un volume d'affaire conséquent. Des actions de communication seront menées afin de mettre en avant des **produits novateurs**. Les actions pour faire venir des **congrès associatifs**, secteur relativement épargné par la crise jusqu'à maintenant, seront intensifiées, en particulier au travers du Club des Ambassadeurs dont le budget sera augmenté. Cette action s'appuiera sur les pôles de compétence de la recherche bordelaise.

Enfin, les professionnels seront sollicités pour mener ensemble une réflexion de fond sur les actions et le positionnement de la destination ainsi que sur le « travailler ensemble » dans le seul objectif de valoriser l'offre, la créativité des produits. Cette action sera menée au travers d'un **Comité Stratégique** dont la création sera proposée dès l'automne 2009.

La Communication

1° GESTION DE LA BASE DE DONNEES CONTACTS

Le BGCB dispose depuis 2009 d'un outil performant de CRM qui permet une gestion efficace de la base de prospection.

Cet outil va permettre une communication ciblée en fonction des différents segments de clientèle de façon à adresser à chaque public une information le concernant.

2° LE SITE INTERNET :

Dès l'automne 2009, la mise en ligne du site internet permet une utilisation efficace de cet outil à but de marketing.

Le site internet sera largement utilisé pour communiquer activement et largement auprès des prospects sur des produits novateurs, créatifs et compétitif.

Le site permettra la mise en ligne dynamique d'actualités, de produits, de promotions et d'informations en provenance des membres du BGCB à destination des différentes cibles de clientèle.

Des messages ciblés seront envoyés à destination des prospects sur des thématiques les concernant.

3° CONTRIBUTION A DES FONDS DE PROMOTIONS

Dans le but de conforter sa visibilité et d'être présent, au même titre que nos concurrents, sur toutes les opportunités il est nécessaire que le BGCB soit partenaire de divers réseaux :

ICCA, International Congress and Convention Association

DMAI, Destination Marketing Association International

Atout France

CFTAR ou French Convention Bureau

Office de Tourisme de Bordeaux

Comité Départemental du Tourisme de la Gironde

BRA,

La Promotion

1° LES SALONS :

Le but est de rassembler les forces vives de la destination BORDEAUX pour augmenter la notoriété. La communication sur ces salons sera revue de façon à être plus dynamique, plus performante et mettre mieux en valeur les complémentarités entre les produits et services proposés..

SALON BEDOUK MC&IT – 3/4 février

Lieu: Parc des Expositions de la Porte de Versailles

Stand collectif avec les membres du BGCB

SALON HEAVENT - Paris – Décembre

Lieu: Parc des Expositions de la Porte de Versailles

Stand collectif avec les membres du BGCB

Salon IMEX - Francfort – 25-27 mai

Stand commun avec Biarritz

Salon européen pour le marché des congrès, séminaires et voyages de motivation

+/- 7000 visiteurs internationaux de grande qualité dont 3700 acheteurs invités

Salon EIBTM - Barcelone –décembre

Stand commun avec Biarritz

Salon européen pour le marché des congrès, séminaires et voyages de motivation

+/- 7000 visiteurs internationaux de grande qualité dont 4000 acheteurs invités

2° LES DEMARCHAGES :

Lorsque cela sera pertinent, le BGCB privilégiera des actions de démarchage

Proposition : Associations Européennes et PCOs de Bruxelles

Associations de Paris et PCOs

Agences d'événement de Paris

Agences étrangères

3° PRESENTATION – « RENCONTRES ŒNOLOGIQUES » : PARIS

Evénement à forte notoriété à l'attention des professionnels du tourisme d'affaires et des dirigeants des grandes entreprises.

Invitation de clients à rencontrer les professionnels membres du convention bureau autour d'un mini salon et de dégustations de vins et produits gastronomiques.

A l'étude : possibilité d'organiser cette manifestation à l'occasion d'un salon du tourisme d'affaires de façon à bénéficier de l'apport des visiteurs du salon : Bedouk, Heavent, Réunir.

4° EDUCTOURS :

Accueil à Bordeaux de délégations de clients potentiels ou de journalistes,... pour un séjour de découverte et de familiarisation avec notre destination.

Actions à mener en partenariat avec Maison de la France pour les marchés étrangers et en direct pour le marché français

1/ Evénement France 2010 : le BGCB se portera candidat pour accueillir une délégation étrangère dans le cadre de l'Evénement France organisé par le French Convention Bureau à l'occasion du salon BEDOUK

2/ A l'étude : accueil de clients parisiens

5° VEILLE MARKETING, DEMARCHAGES SUR LE MARCHE DES CONGRES

Prospection active d'organiseurs de congrès en France et à l'étranger afin de poser la candidature de Bordeaux.

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

Actions

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

6° E-MAILING

Remplacement de TAG (lettre trimestrielle) par la mise en place de campagnes d'e-mailings ciblés.

Objectif :

Envoyer régulièrement aux clients des informations les concernant de façon à générer des demandes d'informations et drainer les clients vers le site internet

Le Club des Ambassadeurs de Bordeaux

Le BGCB anime le réseau des membres du Club des Ambassadeurs de façon à établir entre eux et le BGCB des relations permanentes et susciter des initiatives pour faire venir des congrès à Bordeaux.

Objectif :

- générer des candidatures pour faire venir des nouveaux congrès à Bordeaux
- créer de l'information de façon à améliorer la notoriété de la destination sur ce marché
- recruter de nouveaux ambassadeurs pour améliorer la base de prospection

1/ INVITATION DES AMBASSADEURS AUX GRANDS EVENEMENTS BORDELAIS :

Jumping, Bordeaux Fête le Vin, etc...

2/ RENCONTRES CONVIVIALES

3/LES GRANDS EVENEMENTS DU CLUB

Mars ou avril : 3^{ème} anniversaire du Club des Ambassadeurs de Bordeaux
Invitation de responsables d'associations à l'occasion du Week end des Grands Amateurs

4/ PRESENTATION THEMATIQUE DES FILIERES DE RECHERCHE

RELATIONS AVEC LES ADHERENTS

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 **DEJEUNERS MENSUELS** dont le but premier est de favoriser les rencontres entre adhérents.

Un **ESPACE ADHERENTS** sur le site internet qui favorise l'échange d'information avec les membres du BGCB

En 2010, les membres du BGCB pourront directement contrôler les informations les concernant qui seront mises en ligne sur le site internet.

Une réflexion sera menée sur la prise de briefs pour faciliter la transmission aux adhérents concernés et améliorer leur suivi.

BUDGET

MOYENS PREVISIONNELS

ORIGINE DU FINANCEMENT	MONTANT EN EUROS
Cotisation membres actifs	96 612,00
Cotisations membres associés	5 500,00
Total financement professionnels	102 112,00
CCIB	50 000,00
CIVB	50 000,00
VILLE DE BORDEAUX	50 000,00
CUB	50 000,00
Conseil Général	19 800,00
Financement partenaires	219 800,00
Total budget	321 912,00
Participation Opération de Promotion (estimation)	40 000,00
ESTIMATION DES MOYENS DISPONIBLES	361 912,00

BUDGET PREVISIONNEL

POSTES DE DEPENSES	MONTANT EN EUROS
Salaires et charges, frais de personnel	175 000,00
Charges de fonctionnement	8 000,00
CHARGES DE FONCTIONNEMENT	183 000,00
Logiciel de CRM	6 500,00
Communication téléphone, internet, courrier	6 000,00
Brochure/dvd	6 000,00
Réunions, missions, déplacements	17 000,00
Adhésions groupés professionnels	6 500,00
Salon Bedouk	36 000,00
Salon Heavent	3 000,00
Salon IMEX	15 000,00
Salon EIBTM,	15 000,00
Séminaire IAPCO	2 750,00
News letters	1 500,00
Eductours repérages	5 000,00
Programme Ambassadeurs	15 000,00
Workshop	20 000,00
Réserve actions en partenariat : CFTAR, PRESSE, STEP, IWTM, ...	23 662,00
ACTIONS, COMMUNICATION	178 912,00
BUDGET TOTAL	361 912,00

M. DELAUX. -

Monsieur le Maire, cette subvention est habituelle. Le programme est joint.

Je voudrais simplement souligner la contribution et le soutien de la Chambre de Commerce et du CIVB qui se stabilisent auprès des deux principaux partenaires que sont la Ville et la Communauté Urbaine.

M. LE MAIRE. -

J'aimerais bien avoir de temps en temps des bilans d'activité. J'ai peut-être mal regardé, mais je ne l'ai pas vu.

On renouvelle pour 2010. Qu'est-ce qu'ils ont fait en 2009 ?

M. DELAUX. -

Le Convention Bureau est au service des opérateurs du département, c'est-à-dire le Palais des Congrès, le Pin Galant...

M. LE MAIRE. -

Est-ce qu'il rend de grands services ? C'est ça la question.

M. DELAUX. -

Ils assurent notre présence sur un certain nombre de salons et de workshops importants comme IMEX et EIBTM, et par ailleurs ils aident à l'instruction des dossiers pour le compte des opérateurs qui en seront les bénéficiaires.

Il y a en effet des bilans d'activité avec le nombre de dossiers traités, le nombre de succès ou d'échecs enregistrés, et le nombre de participants.

Ces informations font l'objet de rapports en Assemblée Générale. Il est parfaitement possible de vous les transmettre pour un complément d'information.

M. LE MAIRE. -

Très bien. Je pense que tout le monde appréciera, parce que 50.000 euros c'est de l'argent. Merci.

Pas d'oppositions ?

(Aucune)

ADOPTE A L'UNANIMITE