



# EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

---

*Séance du lundi 5 mars 2007*

Conseillers en exercice : **61**

Date de Publicité : 6/03/2007

Reçu en Préfecture le :

**D - 20070118**

CERTIFIE EXACT,

***Aujourd'hui Lundi 5 mars Deux mil sept, à quinze heures,***

le Conseil Municipal de la Ville de Bordeaux s'est réuni en l'Hôtel de Ville, dans la salle de ses séances, sous la présidence de

***Monsieur Alain JUPPE - Maire de Bordeaux***

**Etaient Présents :**

M. Hugues MARTIN, M. Didier CAZABONNE (*présent jusqu'à 16h45*), M. Michel DUCHENE, Mme Véronique FAYET, M. Jean-Paul JAUFFRET, M. Jean-Charles BRON, Mme Françoise BRUNET, M. Dominique DUCASSOU, M. Stéphan DELAUX, Mme Carole JORDA-DEDIEU, M. Claude BOCCHIO, Mme Elisabeth VIGNÉ, M. Joël QUANCARD, Mme Muriel PARCELIER, M. Jean-Michel GAUTÉ, M. Henri PONS, Mme Anne WALRYCK, M. Pierre LOTHAIRE, M. Jean-Louis DAVID, Mme Anne-Marie CAZALET, M. Alain MOGA, M. Bruno CANOVAS, Mme Françoise PUJO, M. Jacques VALADE, Mme Michelle DARCHE, Mme Ana De OLIVEIRA-POMMET, M. Patrick SIMON, Mme Anne CASTANET, M. Charles CAZENAVE, Mme Marie-Christine GUITER-ROCHE, M. Alexis BANAYAN, Mme Eliane BON, Mme Chantal BOURRAGUÉ, Mme Mireille BRACQ, Mme Nadine MAU, Mme Françoise MASSIE, M. Jean-Didier BANNEL, M. Alain PETIT, Mme Marie-Claude CARLE DE LA FAILLE, Mme Elisabeth TOUTON, Mme Sonia DUBOURG-LAVROFF, Mme Laurence DESSERTINE, M. Jean MERCHERZ, M. Guillaume HÉNIN, Mme Chrystèle PALVADEAU, M. Daniel JAULT, Mme Michèle DELAUNAY, Mme Claude MELLIER, M. Jacques RESPAUD, Mme Martine DIEZ, Mme Brigitte NABET, M. Vincent MAURIN, M. Matthieu ROUVEYRE, M. Pierre HURMIC, M. Patrick PAPADATO,

**Excusés :**

M. Jean-Marc GAUZERE, Mme Christine CHARRAS, Mme Martine MOULIN-BOUDARD, Mme Marie-Claude NOEL, M. Jacques COLOMBIER,

***Programme d'actions 2007 du Bordeaux Gironde Convention  
Bureau. Convention de partenariat. Approbation.  
Autorisation.***

M. 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.

Si la conjoncture économique est toujours difficile sur ce marché, avec une concurrence accrue, nous pouvons néanmoins tirer parti du projet urbain et de l'amélioration de notre offre, tant d'un point de vue qualitatif que quantitatif (augmentation de notre capacité d'accueil en chambres haut de gamme, Palais des congrès réhabilité, extension du Parc des Expositions ...).

Pour 2007, 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

Les modalités de ce partenariat (convention) ainsi que le programme d'actions 2007 sont décrits en annexe du présent rapport, pour un budget prévisionnel de 253 880 euros.

Au budget primitif 2007, 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 2007, dont le projet est ci-annexé,
- verser à Bordeaux Gironde Convention Bureau la somme de 50 000 € dont le montant sera imputé sur la fonction 9 – sous fonction 95 – nature 6574.

**ADOpte A L'UNANIMITE**

Fait et Délibéré à Bordeaux, en l'Hôtel de Ville, le 5 mars 2007

P/EXPEDITION CONFORME,

**M. Stéphan DELAUX**

Le tourisme d'affaires. Autrement



Bordeaux Gironde  
Convention Bureau

# Plan d'actions 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

# Proposition

- **Cibler prioritairement les segments de marché à fort impact économique :**

**Les congrès internationaux**

**Les congrès nationaux**

- **Capitaliser sur l'événement que va représenter l'ouverture du Radisson SAS Grand Hôtel de Bordeaux pour communiquer auprès de la presse et des marchés français et étrangers des réunions d'entreprises**

# § 1

## PROMOTION DE LA DESTINATION BORDEAUX-GIRONDE SUR LE MARCHÉ DES CONGRÈS INTERNATIONAUX ET NATIONAUX

Ces actions vont se concentrer sur trois secteurs :

- les associations et organisations professionnelles de congrès basées en France
- Les associations et organisations professionnelles de congrès basées à l'international
- Les ambassadeurs locaux

### ✚ Identification des projets :

**La prospection des associations internationales et des organisations professionnelles de congrès est un travail de réseau et de relationnel**

Plusieurs bases de données permettent de qualifier et identifier des projets susceptibles de se tenir à Bordeaux

Le BGCB dispose déjà dans sa base de données de 542 contacts qualifiés en France et 343 à l'étranger, dont 161 à Bruxelles, 69 aux Etats-Unis et 60 en Grande Bretagne

Il existe en France une dizaine d'organisations professionnelles de congrès , à Paris, à Lyon, à Marseille, à Toulouse et à Lille. Ces organisations sont déjà identifiées par le BGCB

Le BGCB a également qualifié les principales organisations professionnelles de congrès européennes (ICEO, KENES, CONGREX, ...)

La base de données de ICCA (Association Internationale des Congrès et Conventions) est la principale source d'information sur les associations internationales

**Actions : Qualification de fichiers, téléphone, démarchage, participation aux bourses d'échange ICCA et autres séminaires permettant de rencontrer ces prospects (Expert Seminar de IMEX, Association Day de EIBTM, etc.)**

### ✚ Les salons

Quelques salons 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

**Actions : présence du BGCB sur IMEX, EMIF et BEDOUK avec prise de rendez vous avec les associations ciblées sur chacun des salons (voir §2)**  
**Participation du BGCB à l'Expert Seminar de IMEX**

#### ✦ **Nouveau : Le programme Ambassadeurs**

Ce programme est destiné à mobiliser les porteurs de projets locaux, dans les universités, les grands centres de recherche, les hôpitaux et les grandes entreprises

Chaque ambassadeur est relié à un congrès international ou national.

#### ✦ **Nouveau : La presse spécialisée**

Objectif : assurer une meilleure visibilité à « Bordeaux, destination congrès » en accompagnant des dossiers destinations dans les magazines s'adressant prioritairement aux responsables d'association

Deux supports sont spécialisés sur la cible des associations internationales :

##### - **ASSOCIATION MEETINGS INTERNATIONAL – AMI**

Publié par CAT Publications à Londres, ce magazine cible les secrétaires généraux des associations, fédérations, sociétés, conseils et syndicats à la fois internationaux et européen, ainsi que les organisations professionnelles de congrès, les organisateurs de conventions d'entreprises et les organisateurs de salons.

La source des contacts est UAI (Union des Associations Internationales) et ICCA  
 Circulation : 9 500 exemplaires, paraît tous les deux mois

Présentation de la destination dans la rubrique SPOTLIGHT en novembre 2007 (Nantes et Montpellier étant déjà programmés au premier semestre)

BGCB + Partenaires (CEB, Hôtel ACCOR)

##### - **HEADQUARTERS MAGAZINE (HQ)**

Publié par un groupe de presse en Belgique, HQ vise les associations basées à Bruxelles ainsi que dans 26 villes européennes, qui organisent des congrès internationaux.

Circulation : 6 000 exemplaires, paraît tous les deux mois

- 1 800 ex diffusés auprès des associations internationales
- Membres de EFAPCO (European Federation of associations of professional congress organizers)

- European association executive (HQ est soutenu par ESAE)
- Membres de AC Forum (Associations Conference Forum)

Présentation de la destination dans la rubrique DESTINATION UPDATE

## §2

### PROMOTION

#### DE LA DESTINATION BORDEAUX-GIRONDE SUR LE MARCHÉ DES REUNIONS D'ENTREPRISES

##### ➤ FRANCE

**SALON BEDOUK** – 24-25 janvier  
Lieu: Parc des Expositions de la Porte de Versailles  
Stand collectif avec les membres du BGCB  
Présence sur le stand France Congrès

**Nouveau : BEDOUK MAGAZINE**

Magazine mensuel diffusé nationalement et nominativement à 15 000 exemplaires aux organisateurs de plus de 5 événements par an

Cibles :

Associations/Syndicats/Fédérations	6.2%
Agences	13.3%
Sociétés	77,2%
Administrations/Service public	3.2%

Possibilité d'un article de fond à l'occasion de l'ouverture du Grand Hôtel Radisson SAS

##### ➤ INTERNATIONAL

Objectif : promouvoir la destination Bordeaux-Gironde sur les deux grands salons internationaux du tourisme d'affaires

**Salon IMEX** – Francfort

Salon européen pour le marché des congrès, séminaires et incentives - visiteurs internationaux de grande qualité  
Visiteurs : +/- 5000

**Salon EIBTM** – Barcelone – 27-29 novembre

Salon européen pour le marché des congrès, séminaires et incentives - visiteurs internationaux de grande qualité  
Visiteurs : +/- 5000

## ➤ BELGIQUE

Objectif : Améliorer la notoriété de la destination auprès des entreprises et agences de Belgique

Atouts : Hôtel Le Relais de Margaux (bien référencé en Belgique), ouverture du Radisson SAS Grand Hôtel de Bordeaux, amélioration de la desserte aérienne avec l'ouverture d'une deuxième liaison quotidienne avec Air France et des horaires plus adaptés

### **Démarchage Agences de Bruxelles**

**Salon EMIF** – Bruxelles

Visiteurs attendus : 6 148 dont 350 Hosted buyers, 5691 visiteurs et 107 associations

Présence Destination sur le stand FRANCE

## ➤ ALLEMAGNE

Objectif : accompagner la reprise économique sur le marché allemand en maintenant une présence régulière

### **Roadshow Tourisme d'Affaires**

Organisé par Maison de la France

3 soirées dans 3 villes (Cologne, Nuremberg, Munich)

Cible : agences, sociétés, associations, presse

Environ 30 clients par soirée

## ➤ GRANDE BRETAGNE

Objectif : Mieux positionner la destination Bordeaux-Gironde sur le marché britannique du tourisme d'affaires qui offre un gros potentiel de développement

Atouts : ouverture du Radisson SAS Grand Hôtel de Bordeaux

Démarchage des principales agences de Londres

## ➤ ESPAGNE

Objectif : poursuite de l'action de sensibilisation du marché espagnol commencée en 2006 avec l'accueil d'un Eductour, la contribution au CD Rom de Maison de la France et un démarchage à Madrid.

### **Démarchage à Barcelone**

Prévu dans le prolongement des actions engagées en 2006 à Madrid.

## ➤ EDUCTOURS

Objectif : Faire connaître la destination à travers l'accueil de clients potentiels en éductours ou visites d'inspection



➤ **EVENEMENT FRANCE**

Projet : Face à un tourisme d'affaires en constante mutation, le Club Français du Tourisme d'Affaires Réceptif (CFTAR) a décidé de redynamiser son approche des clients étrangers et de regrouper les événements France en une seule opération appelée Evénement France 2007 en partenariat avec le salon Bedouk

Durée :

Salon Bedouk, Paris            2 jours

En régions                        3 jours

➤ **EDUCTOUR MARCHE ETRANGER**

Accueil d'un éductour en partenariat avec Maison de la France

➤ **TAG**

Bulletin d'information destiné aux agences de tourisme d'affaire et d'événement, aux entreprises, aux associations nationales et internationales, aux organisations professionnelles de congrès, à la presse professionnelle

Objectif : Promotion de la destination, information régulière des clients potentiels sur les nouveaux produits ou les nouvelles offres des professionnels, stimulation de la demande.

Format : newsletter électronique

Parution : 4 x an, mars, juin, septembre, décembre

Gratuite pour les membres du BGCB

Possibilité d'adresser un message ciblé par segment de marché

## **§3 COMMUNICATION EDITIONS**

### **COMMUNICATION DU BGCB**

#### **Le BGCB Partenaire du STEP**

Le BGCB sera partenaire du salon LE STEP organisé par Bordeaux Réunions au Palais des Congrès de Bordeaux

Contenu du partenariat :

- ❖ Présence du BGCB sur le salon avec un stand de 18 m<sup>2</sup> offert par l'organisateur
- ❖ Promotion du salon sur TAG de septembre et de décembre
- ❖ E-mailing spécifique d'annonce du salon sur le fichier du BGCB
- ❖ Organisation par le BGCB d'une conférence-débat sur « Le Tourisme d'affaires dans le vignoble » suivie d'une dégustation de vins de Bordeaux
- ❖ Invitation des adhérents du BGCB non exposants à un cocktail sur le stand du BGCB avec visite du salon
- ❖ Organisation d'un éducteur (demande formulée par Maison de la France en Allemagne)

#### **COMMUNICATION ET IMAGE DE LA DESTINATION**

##### **➤ BROCHURE**

Le BGCB a réédité sa brochure en 2006. Mise à jour de l'Annuaire des Membres

##### **➤ INTERNET**

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

Poursuite du travail sur le référencement

Modification de la page « activités » avec mise en valeur des agences réceptives par la présentation de programmes types

Optimisation de l'ergonomie du site

## **§4**

### **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 **déjeuners mensuels** dont le but premier est le networking.

Un **Espace Adhérents** qui favorise l'échange d'information avec les membres du BGCB. (Documents en téléchargement : plan d'action, actions en partenariat, coordonnées des organisateurs de manifestations confirmées, La Lettre)

L'adhésion des membres du BGCB à l'action que mène celui-ci doit être renforcée et il doit se créer un sentiment d'appartenance destiné à renforcer les solidarités et les synergies :

- Inciter les membres du BGCB à mentionner l'appartenance à l'association sur tous leurs documents de communication client
- Inciter les membres du BGCB à mettre un lien vers le site [bgcb.com](http://bgcb.com) à partir de leur propre site
- Favoriser le networking entre les membres, par exemple en diffusant sur le site internet un trombinoscope des membres et en les dotant de badges nominatifs lors des rencontres

## §5 BUDGETS PREVISIONNELS

### DEPENSES

POSTES	MONTANT
Salaires et charges	130 495,00
Taxes sur salaires	3 900,00
Amortissements	1 000,00
Frais de fonctionnement	6 990,00
<b>1 : TOTAL FONCTIONNEMENT</b>	<b>142 385,00</b>
<i>Frais commerciaux</i>	
Timbres, tél, fax, photocop., internet	5 000,00
Emailing	1 500,00
Impressions, documentations	3 300,00
Missions et réceptions	1 000,00
Voyages et déplacements	15 000,00
Internet	1 500,00
Réunions BGCB	1 000,00
<i>Adhésions groupés professionnels</i>	6 300,00
ICCA	
MAISON DE LA France	
CFTAR	
OFFICE DE TOURISME DE BORDEAUX	
CDT	
APACOM	
<b>ACTIONS</b>	
Salon Bedouk	18 000,00
Salon IMEX	7 000,00
Salon EMIF	4 000,00
Salon EIBTM	7 000,00
EVENEMENT France BEDOUK	3 000,00
Démarchage Barcelone	1 200,00
Road show Allemagne	2 400,00
TAG	1 000,00
<b>2 : TOTAL ACTIONS</b>	<b>78 200,00</b>
<b>SOUS TOTAL (1+2)</b>	<b>220 585,00</b>
Programme Ambassadeurs	24 295,00
Insertions presse spécialisée congrès/convention	9 000,00
<b>3 : TOTAL AMBASSADEURS ET PRESSE</b>	<b>33 295,00</b>
<b>BUDGET TOTAL (1+2+3)</b>	<b>253 880,00</b>
Disponible	253 880,00
Ecart	-

**RECETTES**

	<b>MONTANT</b>
<b>MEMBRES ACTIFS</b>	82 210,00
<b>MEMBRES ASSOCIES</b>	8 415,00
<b>Nouvelles adhésions</b>	
RADISSON SAS	1 680,00
QUALITY SUITES MERIGNAC	1 680,00
1 MB ACTIF + 2 mb associés	2 090,00
<b>TOTAL COTISATION PROFESS. (1)</b>	<b>96 075,00</b>
MAIRIE DE BORDEAUX	50 000,00
CONSEIL GENERAL	19 800,00
CUB	50 000,00
<b>TOTAL INSTITUTIONNELS (2)</b>	<b>119 800,00</b>
Participation Opérations de promotion	800,00
BEDOUK (contribution opérateurs)	12 005,00
<b>TOTAL PARTICIPATION OP (3)</b>	<b>12 805,00</b>
<b>SOUS TOTAL 1+2+3</b>	<b>228 680,00</b>
<b>Hypothèse financement supplémentaire</b>	
CCIB	20 000,00
CONSEIL GENERAL (augmentation de la subvention à 25 000 euros)	5 200,00
<b>TOTAL PRODUITS</b>	<b>253 880,00</b>



**MAIRIE DE BORDEAUX**

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2007  
ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX ET L'ASSOCIATION  
BORDEAUX GIRONDE CONVENTION BUREAU**

Entre la Ville de Bordeaux, Hôtel de Ville, Place Pey Berland, 33077 Bordeaux cedex, représentée par son Maire, Monsieur Alain JUPPE, 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 Jean Michel CAZES, autorisé par décision du Conseil d'administration du 16 novembre 2006.

**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 1er janvier 2007 au 31 décembre 2007 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 2007.

**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 2007 en annexe,  
L'association transmettra à la Ville de Bordeaux un bilan de son programme d'actions.



## MAIRIE DE BORDEAUX

Au regard du budget prévisionnel annexé, la réalisation des activités s'élève à 253 880 euros et la subvention municipale à 50 000 euros.

### Article 4 – Mode de règlement

Pour 2007, la subvention de la Ville de Bordeaux, pour la réalisation des activités retenues, s'élève à 50 000 euros (cinquante mille euros).

Elle sera versée suivant le calendrier ci-après :

- 1<sup>er</sup> versement : 25 000 euros dès signature de la présente convention
- 2<sup>ème</sup> versement : 25 000 euros, au mois de juin 2007.

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 BORDEAUX GIRONDE CONVENTION BUREAU 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, tous changements intervenus 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 ».

### 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 BORDEAUX GIRONDE CONVENTION BUREAU.

### 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 :



## MAIRIE DE BORDEAUX

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 le 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,  
GIRONDE

Pour l'association BORDEAUX  
CONVENTION BUREAU,

Stéphan DELAUX  
Adjoint au Maire  
Chargé du Tourisme  
Et de l'Animation de la Ville

Michel CAZES  
Président