



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Séance du lundi 31 janvier 2011
D - 20110034

Conseillers en exercice : 61

Date de Publicité : 26/10/2010

Reçu en Préfecture le :
CERTIFIE EXACT,

Aujourd'hui Lundi 31 janvier Deux mil dix, 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, Mme Anne BREZILLON, Mme Anne Marie CAZALET, M. Jean Louis DAVID, Mme Brigitte COLLET (présente à partir de 16h35), M. Stéphan DELAUX, Mme Nathalie DELATTRE, M. Dominique DUCASSOU, Mme Sonia DUBOURG -LAVROFF, M. Michel DUCHENE, Mme Véronique FAYET, Mme Muriel PARCELIER, M. Alain MOGA, Mme Arielle PIAZZA, M. Josy REIFFERS, Mme Elizabeth TOUTON, M. Fabien ROBERT, Mme Anne WALRYCK, Mme Laurence DESSERTINE, M. Jean Marc GAUZERE, M. Jean Charles BRON, M. Joël SOLARI, M. Charles CAZENAVE, M. Alain DUPOUY, Mme Ana Marie TORRES, M. Jean-Pierre GUYOMARC'H, Mme Mariette LABORDE, M. Jean-Michel GAUTE (présent à partir de 15h40), Mme Marie-Françoise LIRE, M. Jean-François BERTHOU, M. Nicolas BRUGERE, Mme Constance MOLLAT, M. Maxime SIBE, M. Guy ACCOCEBERRY (présent à partir de 15h30), Mme Emmanuelle CUNY (présente à partir de 16h35), M. Jean-Charles PALAU, Mme Chafika SAILOUD (présente à partir de 15h50), M. Ludovic BOUSQUET, M. Yohan DAVID, Mme Alexandra SIARRI, Mme Sarah BROMBERG, Mme Wanda LAURENT, Mme Paola PLANTIER, Mlle Laetitia JARTY, M. Jacques RESPAUD, M. Jean-Michel PEREZ, Mme Martine DIEZ, Mme Béatrice DESAIGUES (présente jusqu'à 16h35), Mme Emmanuelle AJON, M. Matthieu ROUYEYRE, M. Pierre HURMIC, Mme Marie-Claude NOEL, M. Patrick PAPADATO, M. Vincent MAURIN, Mme Natalie VICTOR-RETALI,

Excusés :

M. Didier CAZABONNE, M. Pierre LOTHAIRE, Mme Chantal BOURRAGUE, Mme Sylvie CAZES, Mme Nicole SAINT ORICE,



MAIRIE DE BORDEAUX

Convention d'application 2011 entre la Ville de Bordeaux et l'Office du Tourisme de Bordeaux. Signature. Autorisation.

M. Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

Lors de la séance du Conseil municipal du 2 février 2009, nous avons autorisé Monsieur le Maire à signer une convention cadre triennale de partenariat entre la Ville et l'Office de Tourisme de Bordeaux.

Conformément à l'article 6 de la convention cadre pluriannuelle, vous trouverez ci-joint une convention d'application pour 2011 ainsi que le plan d'actions de l'Office de Tourisme, son budget prévisionnel s'élevant à 3 615 000 € dont 1 875 000 € de subvention de la Ville.

Un des temps forts de l'année 2011 sera marqué par la tenue sur Bordeaux, du 28 au 30 mars prochain, de "Rendez vous en France", premier salon international de l'offre touristique française. Cette manifestation engendrera la venue de 1 500 acteurs du tourisme dont 800 professionnels étrangers, tours opérateurs / agents de voyage et 700 professionnels français venant présenter leur offre.

Quelques faits marquants de l'activité de notre office et de l'économie touristique bordelaise sont ci-après mentionnés :

- 578 500 visiteurs en 2006 contre 753 720 fin 2010 (+ 30 %) pour la fréquentation de l'Office de Tourisme,
- Les visites de ville et thématiques sont passées de 11 000 personnes à 21 065 (+ 92 %) sur cette même période,
- 67 109 entrées dans les monuments en 2010 (42 300 en 2006),
- environ 26 300 visites de vignobles en 2010 contre 15 300 en 2006 (+ 71 %),
- 925 590 visiteurs sur le site internet de l'OT en 2006 pour 1 449 916 en 2010 (+57 %)
- 1 565 700 nuitées assujetties à la taxe de séjour en 2009 contre 1 422 500 en 2006, soit 143 200 nuitées supplémentaires.

Au 31 décembre 2010, par rapport à 2009, les visites des différents points d'information touristique de la ville sont en hausse de 15 %, du site Internet de 14%, celles de monuments de 8 %, de vignobles de 18 % ... ce qui témoigne d'une réelle attractivité de Bordeaux.

Par ailleurs, il est à souligner que la capacité d'autofinancement de l'Office de tourisme est passée de 34 % en 2006 à 48 % en 2011.

Il est donc proposé de poursuivre nos efforts en faveur de cette filière porteuse que constitue le tourisme.

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

- signer la convention d'application 2011 avec l'Office de tourisme de Bordeaux
- procéder au versement de la subvention de 1 875 000 € qui sera imputée sur la fonction 9 sous fonction 95 nature 6574 de l'exercice 2010.



MAIRIE DE BORDEAUX

Annexe 1

CONVENTION D'APPLICATION 2011 ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX ET L'OFFICE DE TOURISME DE BORDEAUX

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'Office de Tourisme de Bordeaux, 12 cours du XXX Juillet, 33080 Bordeaux cedex, représentée par son Président, Monsieur Stéphan DELAUX, autorisé par délibération du conseil d'administration en date du 18 novembre 2010.

Considérant d'une part,

que le grand projet urbain et l'inscription au patrimoine mondial renforcent l'attractivité de la Ville, notamment en matière de tourisme,

Considérant d'autre part,

que la Ville et l'Office de Tourisme de Bordeaux ont signé une convention cadre sur la période 2009-2011 en date du 23 février 2009 définissant les actions accomplies par l'Office, les grandes orientations poursuivies ainsi que les modalités de partenariat, dont l'attribution d'une dotation annuelle pour un programme d'actions déterminé.

Il est donc convenu :

Article 1 – Plan d'actions 2010

L'Office de Tourisme de Bordeaux mettra en œuvre, en 2011, le plan d'actions ci-après annexé.

Article 2 – Financement

La Ville de Bordeaux assurera un financement pour mener à bien ce programme d'actions de l'année 2011.

Ci-après, le budget prévisionnel de l'Office de Tourisme de Bordeaux qui s'élève à 3 615 000 euros pour 2011.

DEPENSES	MONTANTS	RECETTES	MONTANTS
I) COMMUNICATION / EDITIONS	517.590 €	- Subvention Ville de Bordeaux	1.875.000 €
II) BUREAU VISITES GUIDEES & ACHATS BOUTIQUES	1.680.948 €	- Ventes boutique & visites guidées	1.710.000 €
III) FONCTIONNEMENT	1.393.462 €	- Cotisations des membres	30.000 €



MAIRIE DE BORDEAUX

IV) INVESTISSEMENTS	23.000 €		
TOTAL DEPENSES	3.615.000 €	TOTAL RECETTES	3.615.000 €

Article 3 – Modalités de versement de la subvention

La subvention sera versée conformément aux modalités décrites dans l'article 6 de la convention cadre conclue entre les deux parties, soit :

- 50 % en début d'exercice, dès signature de la convention attributive de subvention annuelle soit un montant de 937 500 €,
- 25 % au 1^{er} juin 2011 soit un montant de 468 750 €,
- 25 % au 1^{er} septembre 2011 soit un montant de 468 750 €.

Article 4 - 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'Office de Tourisme de Bordeaux, 12 cours du XXX Juillet à Bordeaux

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux,

Pour l'Office de Tourisme de Bordeaux,

Josy REIFFERS
Adjoint au Maire

Stephan DELAUX
Président

ADOpte A L'UNANIMITE

Non participation au vote de Mr Delaux, Mr Reiffers, Mr Bron, Mme Cuny, Mr Rouveyre

Fait et Délibéré à Bordeaux, en l'Hôtel de Ville, le 31 janvier 2011

P/EXPEDITION CONFORME,



MAIRIE DE BORDEAUX

M. Josy REIFFERS
Adjoint au Maire



MAIRIE DE BORDEAUX

Annexe 1

CONVENTION D'APPLICATION 2011 ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX ET L'OFFICE DE TOURISME DE BORDEAUX

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'Office de Tourisme de Bordeaux, 12 cours du XXX Juillet, 33080 Bordeaux cedex, représentée par son Président, Monsieur Stéphane DELAUX, autorisé par délibération du conseil d'administration en date du 18 novembre 2010.

Considérant d'une part,

que le grand projet urbain et l'inscription au patrimoine mondial renforcent l'attractivité de la Ville, notamment en matière de tourisme,

Considérant d'autre part,

que la Ville et l'Office de Tourisme de Bordeaux ont signé une convention cadre sur la période 2009-2011 en date du 23 février 2009 définissant les actions accomplies par l'Office, les grandes orientations poursuivies ainsi que les modalités de partenariat, dont l'attribution d'une dotation annuelle pour un programme d'actions déterminé.

Il est donc convenu :

Article 1 – Plan d'actions 2010

L'Office de Tourisme de Bordeaux mettra en œuvre, en 2011, le plan d'actions ci-après annexé.

Article 2 – Financement

La Ville de Bordeaux assurera un financement pour mener à bien ce programme d'actions de l'année 2011.

Ci-après, le budget prévisionnel de l'Office de Tourisme de Bordeaux qui s'élève à 3 615 000 euros pour 2011.



MAIRIE DE BORDEAUX

DEPENSES	MONTANTS	RECETTES	MONTANTS
I) COMMUNICATION / EDITIONS	517.590 €	- Subvention Ville de Bordeaux	1.875.000 €
II) BUREAU VISITES GUIDEES & ACHATS BOUTIQUES	1.680.948 €	- Ventes boutique & visites guidées	1.710.000 €
III) FONCTIONNEMENT	1.393.462 €	- Cotisations des membres	30.000 €
IV) INVESTISSEMENTS	23.000 €		
TOTAL DEPENSES	3.615.000 €	TOTAL RECETTES	3.615.000 €

Article 3 – Modalités de versement de la subvention

La subvention sera versée conformément aux modalités décrites dans l'article 6 de la convention cadre conclue entre les deux parties, soit :

- 50 % en début d'exercice, dès signature de la convention attributive de subvention annuelle soit un montant de 937 500 €,
- 25 % au 1^{er} juin 2011 soit un montant de 468 750 €,
- 25 % au 1^{er} septembre 2011 soit un montant de 468 750 €

Article 4 - 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'Office de Tourisme de Bordeaux, 12 cours du XXX Juillet à Bordeaux

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux	Pour l'Office de Tourisme de Bordeaux,
Josy REIFFERS Adjoint au Maire	Stephan DELAUX Président



MAIRIE DE BORDEAUX

Annexe 2



MAIRIE DE BORDEAUX

Office de Tourisme de Bordeaux
BORDEAUX  **TOURISME**



GRANDS AXES STRATEGIE & PLAN D'ACTION 2011

soBordeaux



MAIRIE DE BORDEAUX

Les principales orientations ci-après ont été élaborées par l'Office de Tourisme et les professionnels bordelais.

Au regard de la progression constante de la fréquentation touristique de Bordeaux depuis plusieurs années maintenant et des bons résultats enregistrés au 31 Octobre 2010, toutes nos actions seront poursuivies en matière de promotion, de communication, d'accueil et d'animation auprès du grand public mais aussi et surtout auprès de la presse et des professionnels du tourisme, principaux prescripteurs de la destination.



QUELQUES CONSTATS

- **Le tourisme urbain** représente un poids essentiel pour le tourisme national : les villes génèrent la plus forte consommation touristique, 40% des dépenses avec 65% des nuitées hôtelières.

La ville est le premier espace de fréquentation des clientèles étrangères : 73% des nuitées étrangères sont effectuées dans l'espace urbain.

(Source : Atout France)

- Au 31 Octobre 2010, la **fréquentation touristique de Bordeaux a augmenté de façon significative** : + 15,88% cf. même période en 2009 sur nos 4 sites principaux que sont Bordeaux centre, la gare, Bordeaux Monumental et l'aéroport (été seulement).

De même, nos visites de ville et du vignoble ont enregistré, elles aussi, une évolution sensible de leur fréquentation (+ 17,45% par exemple en ce qui concerne les visites du vignoble).



QUELQUES CONSTATS

- L'analyse de la fréquentation étrangère fait par ailleurs ressortir les deux classements ci-après :

Clientèle européenne

1. Grande-Bretagne
2. Espagne
3. Allemagne
4. Italie
5. Pays-Bas

Clientèle des pays lointains

1. Etats-Unis/Canada
2. Australie
3. Japon
4. Chine (dont Hong Kong)
5. Brésil (*à noter que cette clientèle apparaît pour la 1^{ère} fois dans nos statistiques*)

Toutes clientèles confondues

- | | |
|----------------------|-------------|
| 1. Grande-Bretagne | 6. Japon |
| 2. Espagne | 7. Italie |
| 3. Allemagne | 8. Pays-Bas |
| 4. Etats-Unis/Canada | 9. Chine |
| 5. Australie | 10. Brésil |



MAIRIE DE BORDEAUX

ORIENTATIONS STRATEGIQUES

4 axes majeurs et prioritaires de développement :

- **Améliorer la répartition de la fréquentation touristique sur toute l'année**
- **Intensifier nos actions vers la clientèle de courts séjours**
- **Proposer de nouveaux produits** diversifiés, innovants et de qualité
- **Conquérir et fidéliser** de nouvelles clientèles, et **entretenir** nos clientèles traditionnelles aussi bien professionnelles que grand public



MAIRIE DE BORDEAUX

PRINCIPALES ACTIONS 2011

- **Promotion**
- **Communication**
- **Accueil**
- **Valorisation du patrimoine**
- **Nouvelles visites et nouvelles offres de découverte de la ville et de son vignoble**



MAIRIE DE BORDEAUX

Actions de promotion

- **Rendez-vous en France - 28 au 30 Mars**

La candidature de Bordeaux présentée et soutenue par son Office de Tourisme pour le compte de la ville ayant été acceptée par Atout France, c'est donc notre ville qui accueillera Rendez-vous en France du Lundi 28 au Mercredi 30 Mars 2011 inclus.

Cette importante manifestation internationale réunit chaque année dans une grande ville française, environ 1 500 personnes se décomposant en :

- 800 professionnels du tourisme étranger (tour-opérateurs et agents de voyages) invités par Atout France et Air France en provenance de 50 pays,
- 700 professionnels du tourisme français venant présenter leur offre.

Elle représente donc un enjeu très important pour Bordeaux à une période favorable (mars 2011) en terme de fréquentation (hôtelière notamment) et de durée (les visiteurs séjournent 5 jours en moyenne).

Nous avons là une opportunité exceptionnelle et unique pour faire découvrir notre ville à plus de 1 500 participants et, à terme, la faire programmer par ces professionnels du tourisme international.



MAIRIE DE BORDEAUX

Actions de promotion

Nous allons donc nous investir pleinement, avec tous les professionnels bordelais, dans l'organisation et l'accueil de cet événement pour lequel des moyens humains et financiers supplémentaires et spécifiques sont nécessaires.

Depuis sa création en 2006, Paris, Strasbourg, Lyon et Nice ont eu l'opportunité d'accueillir « Rendez-vous en France », la manifestation ayant lieu à Paris tous les trois ans.

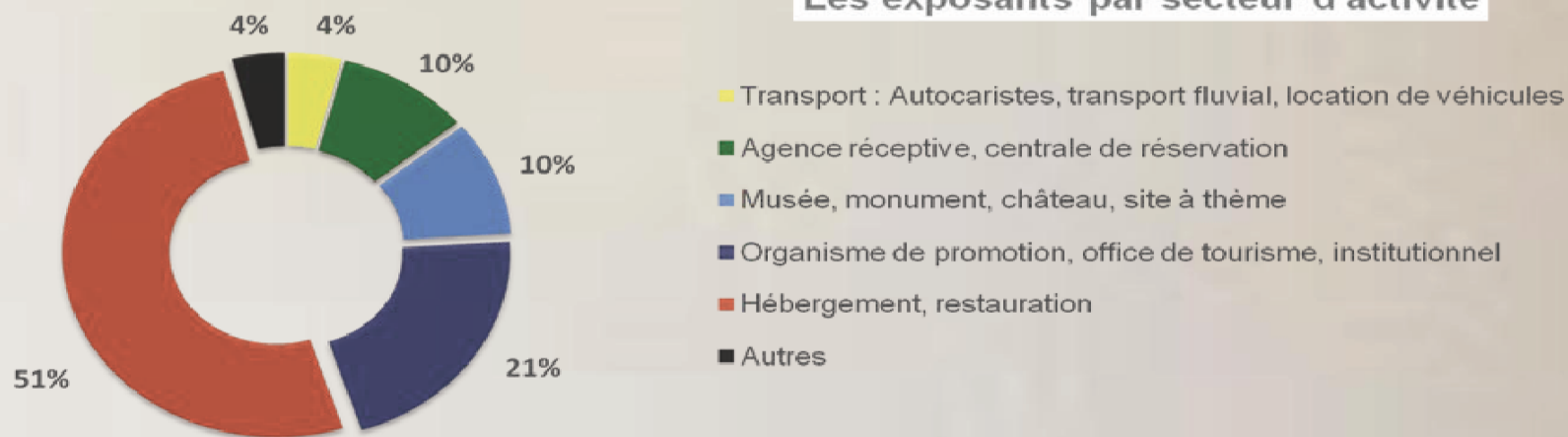
Quelques chiffres :

- ✓ 18 000 rendez-vous préprogrammés
- ✓ 11 000 m² d'exposition
- ✓ 3 000 m² de restauration
- ✓ 1 500 opérateurs du tourisme dont :
 - 800 tour-opérateurs étrangers (60 nationalités représentées)
 - 100 participants acheteurs français
 - 600 sociétés exposantes

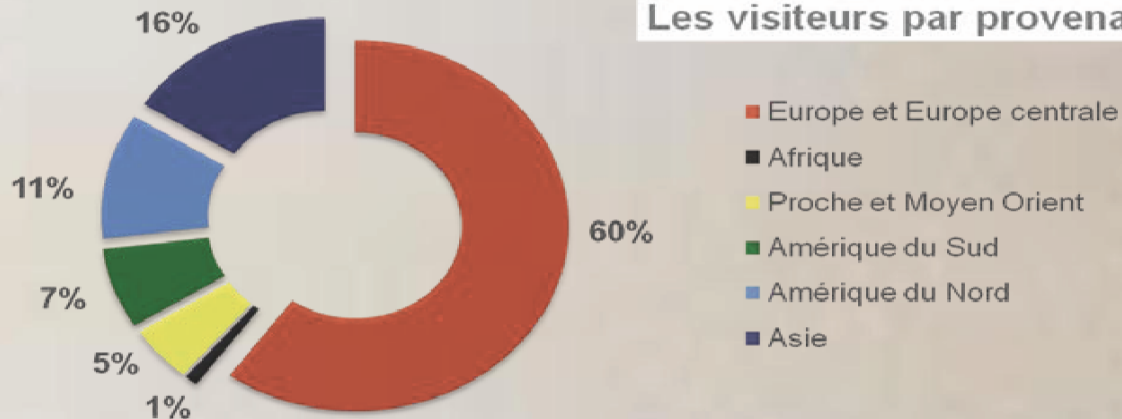


Actions de promotion

Les exposants par secteur d'activité



Les visiteurs par provenance





MAIRIE DE BORDEAUX

Actions de promotion

Compte tenu de ce qui précède, et afin de faire face au coût de cette manifestation, nous sommes amenés à revoir à la baisse nos actions de promotion pour 2011 en ne conservant que les marchés « porteurs » et à fort potentiel, et en travaillant les autres marchés différemment.

Nous envisageons donc :

- d'abandonner les salons grand public au profit des salons et workshops à caractère professionnel
- de travailler le marché Français et les principaux marchés Européens matures sur lesquels nous sommes habituellement présents, au travers d'accueils de journalistes moins coûteux et souvent efficaces
- de poursuivre nos actions en direction de la clientèle « haut de gamme » et/ou à fort revenu notamment celle provenant des marchés lointains.

En effet, la saison touristique 2010 a vu cette clientèle (Américains, Canadiens, Japonais et Chinois essentiellement) revenir en force, en France en général et à Bordeaux en particulier.



Actions de promotion

Nos actions de promotion sur ces marchés, aidées par la baisse de l'Euro, ont largement contribué à ce retour, qui, si l'Euro reste à son niveau actuel, doit se maintenir voire encore progresser.

Deux constats à ce sujet :

- une nouvelle clientèle apparaît : les Brésiliens
- la clientèle Russe, malgré nos différentes actions sur ce marché, a beaucoup de mal à « décoller ».

Par ailleurs, l'excellente image dont jouit Bordeaux en France et surtout à l'étranger alliée au produit noble et prestigieux que représentent le vin et le vignoble sont autant de facteurs positifs pour le développement touristique de notre ville.

Enfin, nous ne pouvons, pendant un an, être complètement absents de certains marchés émergents, alors que la concurrence se fait de plus en plus vive entre les grandes villes françaises sur ces mêmes marchés.



Actions de promotion

Marché Français

- **Promotion en partenariat avec Air France**
 - > poursuite de nos actions « en bout de ligne » sur des villes françaises et européennes en liaison directe avec Bordeaux dans le cadre de notre convention
- **Promotion dans le cadre du Club Tourisme en Ville et du groupe de travail tourisme viti-vinicole d'Atout France**
- **Invitations de la presse spécialisée et/ou généraliste pour :**
 - > faire connaître Bordeaux au travers des reportages effectués
 - > inciter les lecteurs à venir visiter notre ville
- **Présence sur salons et workshops**
 - ➔ Rendez-Vous en France - Bordeaux
 - ➔ International Luxury Travel Market - Cannes



Actions de promotion

Marchés Européens

Comme précisé plus haut, nous envisageons de travailler ces marchés essentiellement via des actions en direction de la presse.

Il s'agit en effet de marchés traditionnels et matures qui connaissent bien notre destination et sur lesquels nous sommes présents depuis très longtemps.

Les « économies » ainsi réalisées seront affectées à l'organisation et l'accueil de Rendez-vous en France que nous voulons réussir à tous les niveaux.



Actions de promotion

Marchés Pays Lointains

« La captation de la clientèle étrangère doit être la priorité de notre politique touristique » a affirmé Hervé NOVELLI en tirant début Septembre un premier bilan de la saison touristique.

C'est en effet sur ces marchés qu'il existe le plus fort potentiel de développement.

Même si nous en abandonnons certains en 2011 (Australie, Taïwan, Russie et Brésil notamment), nous pensons indispensable de maintenir notre présence dans les pays ci-après :

•Canada

Les liens entre Bordeaux et Québec, l'attente des professionnels Canadiens ainsi que la mise en place par Air Transat de nouvelles rotations aériennes entre Montréal, Québec et Bordeaux ainsi que la programmation soutenue de Bordeaux par le tour-opérateur Vacances Air Transat nous conduisent à participer à :



Destination France 2011 - Montréal/Québec (pour la 1^{ère}



MAIRIE DE BORDEAUX

Actions de promotion

- **Etats-Unis**

Le retour de cette clientèle (notre 1^{ère} clientèle des pays lointains avec les Canadiens), nous incite à être présents sur :

- Evènement France
- French Affairs

- **Japon/Corée du Sud**

- Workshop France - Tokyo & Séoul

- **Chine (dont Hong Kong)**

→ Promotion commune OT/CDT/CCIB par du démarchage ciblé d'agences et de tour-opérateurs à Hong Kong en partenariat avec Atout France dans le prolongement de Vinexpo 2010 et dans l'optique de Vinexpo 2012

- Tourisme France Chine - Pékin/Shanghai/Canton



MAIRIE DE BORDEAUX

Actions de promotion

Ces choix vont représenter une diminution de nos actions de promotion puisque ces dernières vont passer de 23 en 2010 à 8 en 2011.

Enfin, en fonction du résultat financier de Rendez-vous en France qui sera connu à la fin du 1^{er} semestre, d'autres actions pourront éventuellement être envisagées pour le 2^{ème} semestre 2011.



Communication

- **Accueils ciblés de journalistes français et étrangers**
 - > presse spécialisée (tourisme, vin, gastronomie, art de vivre ...)
 - > presse grand public (généraliste, féminine, décoration...)
- **Internet**
 - > intensification de la commercialisation de nos produits (dont articles de la Boutique) et visites
 - > développement de notre présence sur des sites sociaux (Facebook, Twitter, et Youtube notamment)
 - > développement d'une application e-mobile sur smartphone
- **Campagne de communication estivale**
 - > en partenariat avec la Mairie de Bordeaux
- **Edition d'une brochure dédiée au renouveau de la gastronomie bordelaise** relayée sur notre site Internet et dans notre dossier de presse



Accueil

- **Accueil en Gare Saint Jean**
 - > aménagement d'un nouveau local situé dans le pavillon Nord (près de l'esplanade « départ » actuelle)
- **Bordeaux Croisières**
 - > poursuite de notre politique d'accueil à bord des paquebots
 - > participation avec la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux à la réflexion pour promouvoir et valoriser la destination Bordeaux auprès des armateurs internationaux (*participation à la réalisation d'une vidéo « Cruise Bordeaux »*)
- **Actions menées en partenariat avec la Direction des Relations Internationales de la Ville de Bordeaux**
 - > notamment auprès des villes jumelles ou dans le cadre d'accueil de délégations étrangères ou de manifestations spécifiques et ponctuelles
- **6^{ème} édition du Week-end des Grands Crus**
 - > participation à l'accueil de cette manifestation organisée par l'Union des Grands Crus



Accueil

- **Poursuite de nos formations**
 - > taxis touristiques + personnel de réception des hôtels + agents de la Mairie de Bordeaux + guides de l'Office de Tourisme
- **Réorganisation de l'accueil Bordeaux Centre**
 - > compte tenu :
 - de la progression importante de la fréquentation (*notamment en Juillet et Août*)
 - des différents comptoirs affectés à la billetterie (*billetterie des visites régulières de l'Office de Tourisme, des visites à la demande en matière de découverte individuelle du vignoble, de celle des prestataires privés*)
nous réfléchissons à la création d'un guichet unique pour la réservation de toutes les visites que nous proposons.
- **Réalisation de fiches de visites en fonction du temps dont dispose le visiteur : « Je dispose d'1 heure, de 2 à 3 heures... Que puis-je faire ? Que puis-je voir ? »**



Valorisation du patrimoine

- **Poursuite de la mise en valeur du patrimoine**
 - > nouvelles visites à étudier et/ou à réaliser : création d'un parcours lumière dans le quartier historique ou soirées animées sur les sites que nous gérons pour une meilleure mise en valeur, création d'un rallye éco-citoyen etc...
 - > reconduction des animations en direction des scolaires
 - > mise en valeur du patrimoine culturel en liaison avec la ville et l'Archevêché
- **Tourisme de découverte économique**
 - > création de nouvelles visites à caractère « industriel » compte tenu des excellents résultats de 2010 mais dont l'offre reste encore trop restreinte par rapport à la demande (*nombreuses contraintes relevant de la sécurité, de l'hygiène et du secret-défense notamment*)
 - > partenariat renforcé avec les entreprises bordelaises concernées



Valorisation du patrimoine

- **Accompagnement du projet B3D de découverte du patrimoine de la ville** toujours en cours d'étude par la société XYZ par une aide logistique et technique à sa mise en place
- **Palais Gallien : une étude sur une mise en valeur plus attractive va être lancée**
 - > éventuelle création d'une passerelle pour traverser le site, accueil dans un lieu et/ou local plus approprié avec interprétation du site, possibilité d'organiser des manifestations et spectacles etc...
- **Accueil sur les sites que nous gérons pour le compte de la ville :**
 - > amplitude d'ouverture plus large pour favoriser leur fréquentation en haute saison : 11h00-19h00 sur tous les sites (au lieu de 14h00-19h00 actuellement)



Nouvelles offres de découverte ville & vignoble

- **Développement de notre offre viti-vinicole pour répondre aux attentes des visiteurs œnotouristes :**

- > développement d'une offre ½ journée en matinée au départ de Bordeaux
- > développement d'une offre plus axée sur la dégustation que sur la visite technique
- > réflexion sur des produits thématiques complémentaires (*soirées, offre étudiants...*).

Cette croissance de l'offre passera notamment par des partenariats avec les Offices de Tourisme du vignoble et les prestataires privés, opérateurs divers, agences, etc...

- **Dépôt de notre candidature pour obtenir le label « Vignobles et Découvertes »** proposé par le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme (*si le cahier des charges nous le permet*)

- **Tourisme fluvial et Année du fleuve**

- > promotion et mise en valeur du fleuve à travers les activités et les produits proposés par les professionnels en profitant de l'installation du nouveau



Actions spécifiques

- **Intensification de nos actions pour le développement des courts séjours** et les séjours de proximité et additionnels
 - > forfait Bordeaux Découverte
 - > clientèle française et étrangère de proximité (espagnole notamment)
- **Reconduction de notre contribution aux fonds de promotion de :**
 - > Atout France
 - > Club Tourisme en Ville
 - > Groupe de Travail « Tourisme viti-vinicole »
 - > France Congrès
- **Poursuite de notre politique d'adhésion des professionnels à l'Office de Tourisme**
- **Famille Plus**
- **Tourisme et Handicap +** accompagnement de la candidature de Bordeaux au nouveau label « Destination pour Tous »



MAIRIE DE BORDEAUX

Actions spécifiques

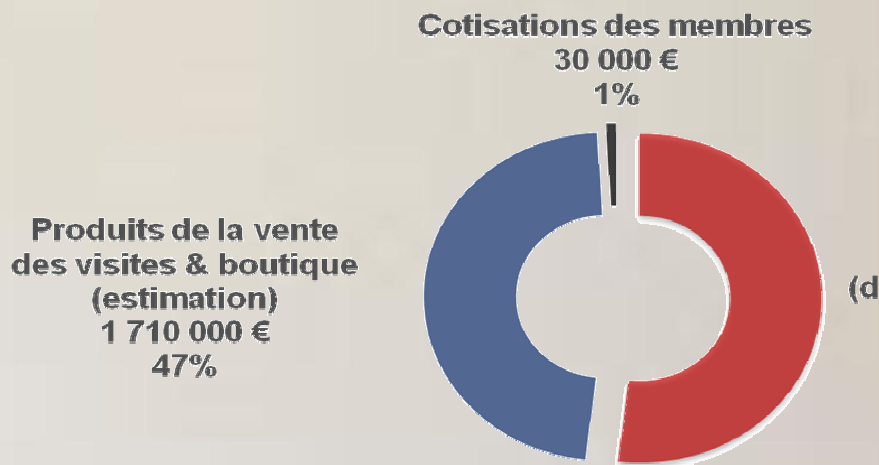
- **Bordeaux Fête le Fleuve 2011**
 - > promotion et accueil en partenariat avec Bordeaux Grands Evènements
- **Mise en avant du renouveau de la gastronomie bordelaise**
 - > 4 chefs étoilés au Michelin sur Bordeaux, 3 sur la CUB et 6 dans le département
- **Vinexpo Bordeaux**
 - > présence sur la manifestation pour accueillir, renseigner et aider les visiteurs étrangers



MAIRIE DE BORDEAUX

Budget prévisionnel 2011 : 3

RECETTES



DEPENSES

