

***DELEGATION DE M. Josy REIFFERS***

D -20110034

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

Monsieur 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.

Annexe 1

<p style="text-align: center;"><b>CONVENTION D'APPLICATION 2011 ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX ET L'OFFICE DE TOURISME DE BORDEAUX</b></p>
--

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.

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

**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<sup>er</sup> juin 2011 soit un montant de 468 750 €,
- 25 % au 1<sup>er</sup> 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,**

**Josy REIFFERS**  
Adjoint au Maire

**Pour l'Office de Tourisme de Bordeaux,**

**Stephan DELAUX**  
Président

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.

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

**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<sup>er</sup> juin 2011 soit un montant de 468 750 €,
- 25 % au 1<sup>er</sup> 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

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

Annexe 2

Office de Tourisme de Bordeaux  
BORDEAUX TOURISME

BORDEAUX  
PORT DE LA LUNE  
PATRIMOINE  
MONDIAL  
WORLD HERITAGE

**GRANDS AXES  
STRATEGIE & PLAN D'ACTION  
2011**

soBordeaux

**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<sup>ère</sup> 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  |

# 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

# PRINCIPALES ACTIONS 2011

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

# 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.

# 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.

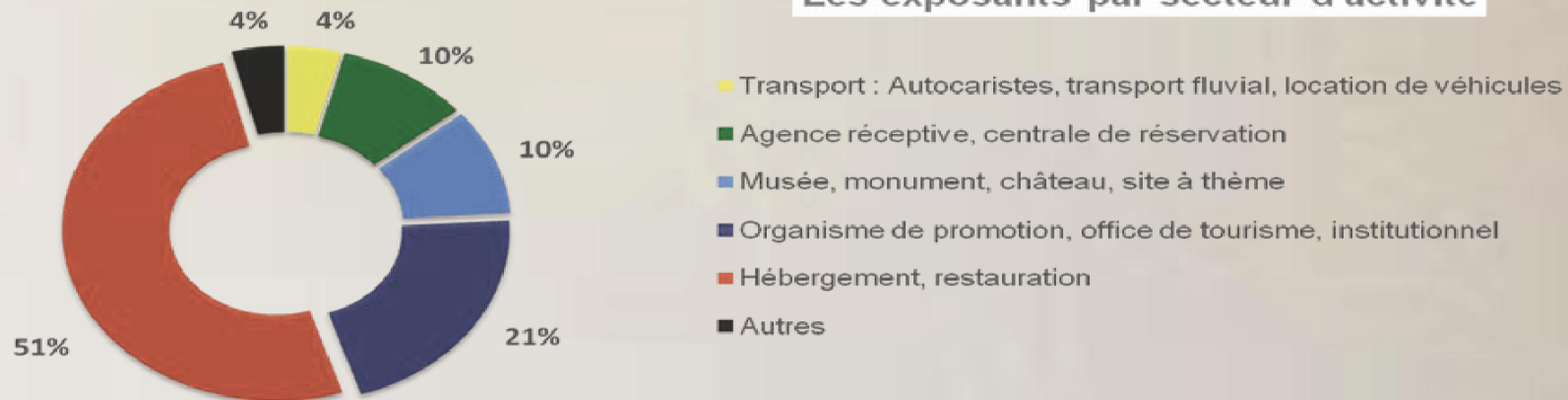
Depuis sa création en 2006, Paris, Strasbourg, Lyon et Nice ont eu l'opportunité d'accueillir « Rendez-vous en France », la manifestation ayant lieu à Paris tous les trois ans.

## Quelques chiffres :

- ✓ 18 000 rendez-vous préprogrammés
- ✓ 11 000 m<sup>2</sup> d'exposition
- ✓ 3 000 m<sup>2</sup> 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



## 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<sup>ère</sup>**

# Actions de promotion

- **Etats-Unis**

Le retour de cette clientèle (notre 1<sup>ère</sup> 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

# 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<sup>er</sup> semestre, d'autres actions pourront éventuellement être envisagées pour le 2<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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

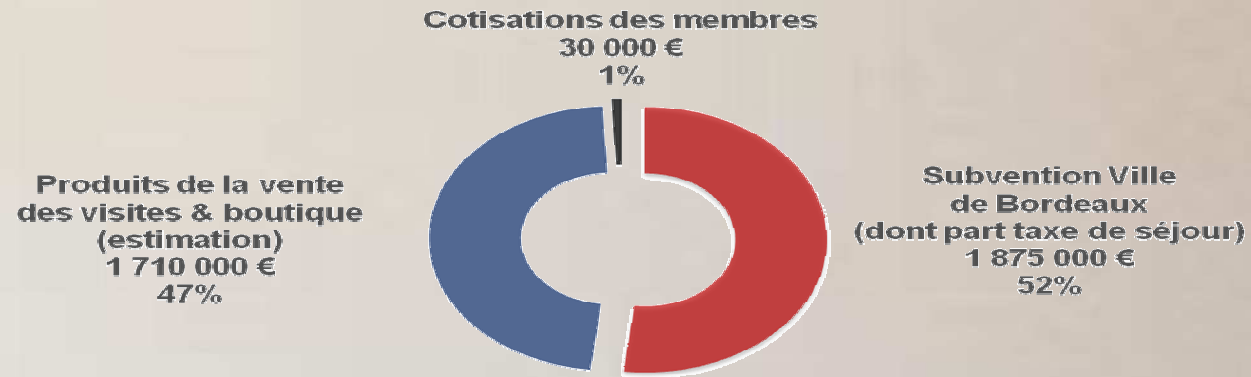
- **Intensification de nos actions pour le développement des courts séjours** et les séjours de proximité et additionnels
  - > forfait Bordeaux Découverte
  - > clientèle française et étrangère de proximité (espagnole notamment)
- **Reconduction de notre contribution aux fonds de promotion de :**
  - > 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 »**

## Actions spécifiques

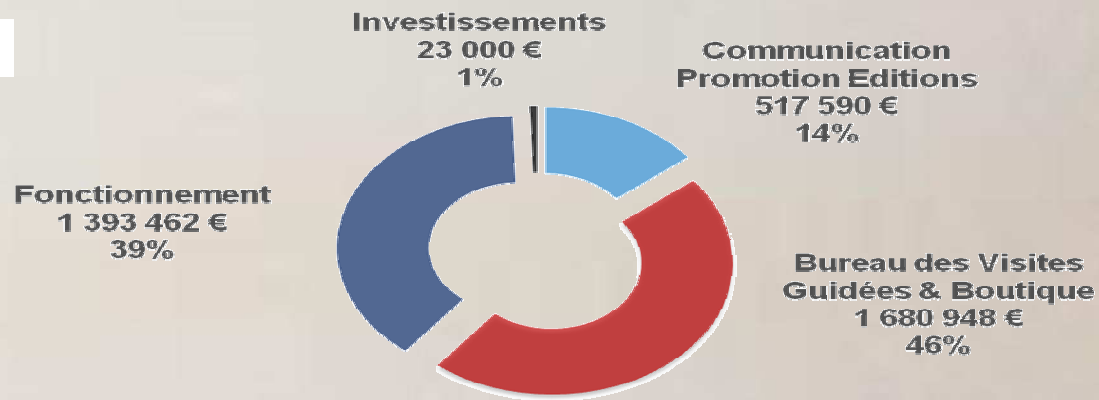
- **Bordeaux Fête le Fleuve 2011**
  - > promotion et accueil en partenariat avec Bordeaux Grands Evènements
- **Mise en avant du renouveau de la gastronomie bordelaise**
  - > 4 chefs étoilés au Michelin sur Bordeaux, 3 sur la CUB et 6 dans le département
- **Vinexpo Bordeaux**
  - > présence sur la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

# Budget prévisionnel 2011 : 3 615 000 €

## RECETTES



## DEPENSES



**Mlle JARTY.** -

Ne participent pas au vote M. DELAUX, M. REIFFERS, M. BRON, Mme CUNY, M. ROUYEYRE.

**M. REIFFERS.** -

Monsieur le Maire, mes chers collègues, comme vous le savez l'activité touristique à Bordeaux marche très bien. Elle progresse d'année en année. Vous avez dans le projet de délibération un certain nombre d'indicateurs qui montrent que les visites à l'Office de Tourisme, les visites des monuments, les nuitées, la visite des vignobles, etc., tout ceci augmente dans des pourcentages qui varient de 15 à 40%.

Il vous est donc demandé d'appliquer la convention cadre pluriannuelle qui lie l'Office de Tourisme à la Ville de Bordeaux et de voter cette subvention de 1.875.000 euros de la Ville de Bordeaux à l'Office de Tourisme dont le budget global est de 3.615.000 euros.

Cette subvention est à 30.000 euros près la même que celle de l'année dernière. Les 30.000 euros de différence sont une action particulière de soutien de la Ville à une manifestation qui se tiendra à la fin du mois de mars, Rendez-vous en France, qui est destinée à promouvoir encore le tourisme dans notre cité.

**M. le MAIRE.** -

On peut noter que l'Office autofinance une partie croissante de ses dépenses.

Pas d'oppositions ?

(Aucune)

**ADOPTE A L'UNANIMITE**

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



**D -20110035**

**Association Centre Culturel et Touristique du Vin. Convention de partenariat 2011. Subvention. Décision. Autorisation.**

Monsieur Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, présente le rapport suivant :  
Mesdames, Messieurs,

La Ville a décidé de réaliser un Centre Culturel et Touristique du Vin afin de doter les deux principales filières économiques de la région, que sont le vin et le tourisme, d'un équipement d'envergure. Celui-ci devrait voir le jour en 2014 dans le quartier des Bassins à Flot.

Par délibération n° 20090496, en date du 28 septembre 2009, vous avez autorisé Monsieur le Maire à créer, avec la CUB, le CIVB, le Conseil Régional d'Aquitaine et la CCIB, l'association Centre Culturel et Touristique du Vin (CCTV).

Après examen des divers montages juridico-financiers appropriés pour mener à bien cette opération, il a été convenu que la Ville soit maître d'ouvrage de ce futur équipement structurant tout en perpétuant la structure associative regroupant l'ensemble des partenaires du projet, dans un rôle de conseil à la maîtrise d'ouvrage lors du processus opérationnel.

Le budget prévisionnel de l'association pour 2011 s'élève à 989 923,34 €. Il est envisagé une répartition du financement à parité entre l'ensemble des partenaires (Région, CUB, CIVB, CCIB et Ville).

Dans le cadre du vote du BP 2011, une subvention de 138 220,82 € a d'ores et déjà été inscrite. Il conviendra d'apporter un financement complémentaire de 26 766,40 € lors d'une prochaine décision modificative.

En 2011, le plan d'actions de l'association prévoit notamment la poursuite de la recherche de mécènes nationaux et internationaux et une montée en puissance de la communication - promotion du futur équipement, en participant à plusieurs manifestations d'envergure (Rendez-vous en France, Vinexpo ...), en oeuvrant sur la création de la marque et de l'identité visuelle ....

Vous trouverez en annexe le projet de convention de partenariat 2011 ainsi que le budget de l'association.

Aussi, je vous demande, Mesdames et Messieurs, d'autoriser Monsieur le Maire à :

- signer la convention de partenariat 2011,
- décider le versement de la subvention 2011 soit 164 987,22 € à l'association Centre Culturel et Touristique du Vin, qui sera imputée sur la fonction 9 – sous fonction 90 – nature 6574 dont 132 820.82€ inscrit au budget primitif, et 26 766.40€ à inscrire lors d'une prochaine décision modificative.

*Séance du lundi 31 janvier 2011*

**BUDGET PREVISIONNEL 2011**  
ASSOCIATION CENTRE CULTUREL ET TOURISTIQUE DU VIN

DEPENSES PREVISIONNELLES CCTV 2011	MONTANT €			RECETTES PREVISIONNELLES CCTV 2011	MONTANT €	
	HT	TVA	TTC		%	TTC
Matériels, mobilier de bureau et informatique	3 900,00	764,40	4 664,40	Subventions des membres fondateurs		
Etudes et prestations de services						
Assistance juridique et sociale	6 000,00	1 176,00	7 176,00	Conseil régional d'Aquitaine	16,67%	164 987,22
Assistance mécénat	41 000,00	8 036,00	49 036,00	CUB	16,67%	164 987,22
Plan d'affaires de l'exploitant	7 200,00	1 411,20	8 611,20	Mairie de Bordeaux	16,67%	164 987,22
Création de la marque et de l'identité visuelle	48 730,00	9 551,08	58 281,08	CIVB	16,67%	164 987,22
Evènements	40 840,88	8 004,81	48 845,69	CCIB	16,67%	164 987,22
Fournitures non stockables	2 400,00	470,40	2 870,40			
Fournitures administratives	10 800,00	2 116,80	12 916,80	FEDER	16,67%	164 987,22
Locations immobilières	31 800,00		31 800,00			
Entretien et réparations	3 709,19	727,00	4 436,19			
Assurances	1 700,00		1 700,00			
Documentation générale et technique	5 676,00	312,18	5 988,18			
Rémunérations intermédiaires et honoraires		0,00	0,00			
Cabinet comptable	8 400,00	1 646,40	10 046,40			
Commissaire aux comptes	3 400,00	666,40	4 066,40			
Communication dont site internet	30 144,00	5 908,22	36 052,22			
Déplacements, missions et réceptions						
Contenu scientifique et culturel	27 835,00		27 835,00			
Recherche de mécènes nationaux et internationaux	38 350,00		38 350,00			
Rendez-vous avec les acteurs institutionnels	26 710,00		26 710,00			
Benchmark	26 880,00		26 880,00			
Colloques	5 016,72	983,28	6 000,00			
Frais postaux	1 200,00	235,20	1 435,20			
Téléphonie fixe, mobile et internet	9 450,00	1 852,20	11 302,20			
Masse salariale						
Salaires bruts	369 026,40		369 026,40			
Charges sociales	154 023,58		154 023,58			
Stagiaires	4 170,00		4 170,00			
Frais bancaires	3 600,00		3 600,00			
Impôts et Taxes						
Taxes sur les salaires	32 100,00		32 100,00			
Taxe d'habitation	2 000,00		2 000,00			
<b>TOTAL DES CHARGES</b>	<b>946 061,76</b>	<b>43 861,57</b>	<b>989 923,34</b>	<b>TOTAL DES PRODUITS</b>	<b>100,00%</b>	<b>989 923,34</b>

06/12/2010

Annexe 2

**CONVENTION DE PARTENARIAT 2011 ENTRE LA VILLE DE BORDEAUX ET  
L'ASSOCIATION CENTRE CULTUREL ET TOURISTIQUE DU VIN**

**Entre**

La Ville de Bordeaux, représentée par délégation par M. Josy REIFFERS, Adjoint au Maire, chargé de l'emploi, du développement économique, de la recherche et de l'enseignement supérieur, habilité aux fins des présentes par délibération du Conseil Municipal en date du ..... , et reçue à la Préfecture le .....

**Et**

L'association Centre Culturel et Touristique du Vin, représentée par sa Présidente, Mme Sylvie CAZES,

**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 Centre Culturel et Touristique du Vin, domiciliée 7 rue Duffour Dubergier à Bordeaux, dont les statuts ont été approuvés le 16 novembre 2009 et dont la déclaration de création a été reçue en Préfecture le 19 novembre 2009, a pour but de mener les études préalables à la création, à Bordeaux, du Centre Culturel et Touristique du Vin, et de jouer un rôle de conseil à la maîtrise d'ouvrage lors du processus opérationnel en regroupant l'ensemble des partenaires du projet, présente un intérêt communal propre.

**Il est convenu et arrêté ce qui suit :**

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

Afin de doter les deux principales filières économiques de la région que sont le vin et le tourisme d'un équipement d'envergure, la Ville de Bordeaux a décidé de lancer le projet de création d'un Centre Culturel et Touristique du Vin avec le concours du Conseil Régional d'Aquitaine, du Comité Interprofessionnel des Vins de Bordeaux, de la Communauté Urbaine de Bordeaux et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux.

L'association Centre Culturel et Touristique du Vin a été créée afin de mener les phases d'études, la recherche de mécènes, la conception du projet ....

**Article 2 : Mise à disposition de moyens**

Afin de soutenir la réalisation des objectifs énoncés dans l'article 1, la Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de l'association une subvention de 164 987,22 € pour le budget 2011.

**Article 3 : Mode de règlement**

Pour 2011, la subvention de la Ville de Bordeaux, à la réalisation des activités retenues s'élève à 164 987,22 €.

Elle sera créditée au compte de l'association Centre Culturel et Touristique du Vin n° 13306 00160 00064463156 78, établissement Crédit Agricole d'Aquitaine, selon les modalités suivantes :

- acompte de 138 220,82 € dès signature de la présente
- solde de 26 766,40 € après le vote de cette somme à inscrire lors d'une décision modificative

**Article 4 : 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.

**Article 5 : Clause de publicité**

L'association s'engage à mentionner le soutien apporté par la Ville de Bordeaux et à faire figurer le logo de la Ville de Bordeaux sur les documents destinés au public ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique qui pourrait être organisée par ses soins. 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, ...).

Elle s'engage par ailleurs à ce que les relations qu'elle pourra développer, dans le cadre d'opérations de mécénat ou de parrainage ne puissent en aucune manière porter atteinte à l'image de la Ville de Bordeaux ou laisser entendre, sauf autorisation expresse de sa part, que la Ville de Bordeaux apporte sa caution ou son soutien à ce partenaire.

**Article 6 : Contrôle de la Ville sur l'association**

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'association 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 01/03/1984)

tout document faisant connaître les résultats de son activité.

**Article 7 : Condition de résiliation**

En cas de non respect par l'association 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 : Durée de validité**

La présentation convention, qui s'achèvera le 31 décembre 2011, ne donnera lieu à aucun renouvellement automatique.

Seule une nouvelle convention signée par les deux parties serait de nature à prolonger dans le temps les effets de cette convention.

**Article 9 : Avenant à la convention de partenariat**

La présente convention peut être modifiée par la signature des deux parties d'un avenant, notamment pour régler toute disposition non prévue à la date de la signature.

**Article 10 : Compétence juridictionnelle**

Tous les litiges relatifs à l'interprétation ou à l'exécution des présentes seront soumis, en tant que de besoin, aux juridictions compétentes siégeant à Bordeaux.

**Article 11 : Droits de timbre et d'enregistrement**

Les frais éventuels des présentes seront à la charge de l'association CCTV.

**Article 12 : 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 – Place Pey Berland – 33077 Bordeaux cedex  
par l'association Centre Culturel et Touristique du Vin, 7 rue de Duffour-Dubergier, 33000 Bordeaux

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour la Ville de Bordeaux	Pour l'association Centre Culturel et Touristique du Vin,
Josy REIFFERS Adjoint au Maire	Sylvie CAZES Présidente

**Mlle JARTY.** -

Ne participent pas au vote M. DELAUX, M. REIFFERS, M. BRON, Mme CUNY, M. ROUYEYRE.

**M. REIFFERS.** -

Monsieur le Maire, mes chers collègues, comme vous le savez l'activité touristique à Bordeaux marche très bien. Elle progresse d'année en année. Vous avez dans le projet de délibération un certain nombre d'indicateurs qui montrent que les visites à l'Office de Tourisme, les visites des monuments, les nuitées, la visite des vignobles, etc., tout ceci augmente dans des pourcentages qui varient de 15 à 40%.

Il vous est donc demandé d'appliquer la convention cadre pluriannuelle qui lie l'Office de Tourisme à la Ville de Bordeaux et de voter cette subvention de 1.875.000 euros de la Ville de Bordeaux à l'Office de Tourisme dont le budget global est de 3.615.000 euros.

Cette subvention est à 30.000 euros près la même que celle de l'année dernière. Les 30.000 euros de différence sont une action particulière de soutien de la Ville à une manifestation qui se tiendra à la fin du mois de mars, Rendez-vous en France, qui est destinée à promouvoir encore le tourisme dans notre cité.

**M. le MAIRE.** -

On peut noter que l'Office autofinance une partie croissante de ses dépenses.

Pas d'oppositions ?

(Aucune)

Merci.

**ADOPTE A L'UNANIMITE**