



## EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

---

Conseillers en exercice : 61

Date de Publicité : 14/02/12

Reçu en Préfecture le : 17/02/12  
CERTIFIÉ EXACT,

**Séance du lundi 13 février 2012**  
**D - 2012/33**

***Aujourd'hui 13 février 2012, à 15h00,***

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***

**Etaient Présents :**

Monsieur Alain JUPPE, Monsieur Hugues MARTIN, Madame Anne BREZILLON, Mme Anne-Marie CAZALET, Monsieur Jean-Louis DAVID, Madame Brigitte COLLET, Monsieur Stephan DELAUX, Madame Nathalie DELATTRE, Monsieur Dominique DUCASSOU, Madame Sonia DUBOURG-LAVROFF, Monsieur Michel DUCHENE, Madame Véronique FAYET, Monsieur Pierre LOTHAIRE, Madame Muriel PARCELIER, Monsieur Alain MOGA, Madame Arielle PIAZZA, Monsieur Josy REIFFERS, Madame Elizabeth TOUTON, Monsieur Fabien ROBERT, Madame Anne WALRYCK, Madame Laurence DESSERTINE, Monsieur Jean-Charles BRON, Monsieur Jean-Charles PALAU, Madame Alexandra SIARRI, Monsieur Jean-Marc GAUZERE, Monsieur Charles CAZENAVE, Madame Chantal BOURRAGUE, Monsieur Joël SOLARI, Monsieur Alain DUPOUY, Madame Ana marie TORRES, Monsieur Jean-Pierre GUYOMARC'H, Madame Mariette LABORDE, Monsieur Jean-Michel GAUTE, Madame Marie-Françoise LIRE, Monsieur Jean-François BERTHOU, Madame Nicole SAINT ORICE, Monsieur Nicolas BRUGERE, Monsieur Maxime SIBE, Monsieur Guy ACCOCEBERRY, Madame Emmanuelle CUNY, Madame Chafika SAILOUD, Monsieur Ludovic BOUSQUET, Monsieur Yohan DAVID, Madame Wanda LAURENT, Madame Paola PLANTIER, Mlle Laetitia JARTY, Monsieur Jacques RESPAUD, Monsieur Jean-Michel PEREZ, Madame Martine DIEZ, Monsieur Matthieu ROUYEYRE, Monsieur Pierre HURMIC, Madame Marie-Claude NOEL, Monsieur Patrick PAPADATO, Monsieur Vincent MAURIN, Madame Natalie VICTOR-RETALI,  
*Anne WALRYCK (présente jusqu'à 16h50)*

**Excusés :**

Monsieur Didier CAZABONNE, Madame Sylvie CAZES, Madame Constance MOLLAT, Madame Sarah BROMBERG, Madame Béatrice DESAIGUES, Madame Emmanuelle AJON

**Convention cadre triennale 2012-2014 entre la Ville  
de Bordeaux et l'Office de Tourisme de Bordeaux.  
Convention d'application 2012. 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. Cette convention ayant expiré, il vous est proposé une nouvelle convention cadre de 3 ans (2012-2014), jointe en annexe, fixant les modalités de notre partenariat avec l'Office de Tourisme.

Par ailleurs et conformément à l'article 6 de la convention cadre pluriannuelle, vous trouverez ci-joint une convention d'application pour 2012 ainsi que le plan d'actions de l'Office de Tourisme, son budget prévisionnel s'élevant à 3 895 000 € dont 1 810 000 € de subvention de la Ville.

Quelques faits marquants de notre partenariat avec l'Office de Tourisme, de son activité et de l'économie touristique bordelaise sont ci-après mentionnés depuis l'inscription de la ville au Patrimoine Mondial de l'Unesco.

Entre 2006 et 2012, le budget prévisionnel de l'Office de tourisme est passé de 2 510 900 € à 3 895 000 €, soit une augmentation de 1 384 100 € (+ 55 %), avec une dotation accordée par la Ville majorée de 160 000 € (+ 10 %). Il en ressort une capacité d'autofinancement de la structure en forte hausse, 54 % en 2012 contre 34 % en 2006 et 25 % en 1998. Durant cette période, l'Office de tourisme a confirmé son classement en 4 étoiles et sa certification Qualité Tourisme. Il a par ailleurs obtenu le label « Tourisme & Handicap » en 2008.

Sa fréquentation est passée de 578 506 visiteurs en 2006 à 753 720 fin 2010 (+ 30 %), pour des visites de ville et thématiques passées de 10 962 personnes à 21 065 (+ 92 %) sur cette même période, un nombre d'entrées dans les monuments qui dépasse les 67 000 en 2010 (42 350 en 2006) et plus de 23 300 visites de vignobles en 2010, contre 15 350 en 2006 (+ 71 %).

Entre 2006 et 2010, le nombre de nuitées assujetties à la taxe de séjour est passé de 1 423 000 à 1 785 000, soit une croissance de 25%.

Il est donc proposé de poursuivre nos efforts en faveur de cette filière porteuse que constitue le tourisme, en espérant toujours une croissance des flux malgré un contexte économique incertain.

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

- signer la convention cadre 2012-2014 et la convention d'application 2012
- procéder au versement de la subvention de 1 810 000 € pour 2012 qui sera imputée sur la fonction 9 sous fonction 95 nature 6574 de l'exercice en cours.

## **ADOpte A L'UNANIMITE**

Fait et Délibéré à Bordeaux, en l'Hôtel de Ville, le 13 février 2012

P/EXPEDITION CONFORME,

**Monsieur Josy REIFFERS**

# **CONVENTION CADRE TRIENNALE DE PARTENARIAT**

**2012 - 2014**

***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 15 novembre 2011.

que le grand projet urbain et l'inscription de Bordeaux sur la liste du patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco renforcent l'attractivité de la ville, notamment en matière de tourisme,

***Considérant d'autre part,***

que conformément à la loi n°92-1341 du 23 décembre 1992 portant répartition des compétences dans le domaine du tourisme, l'Office de Tourisme de Bordeaux, association loi 1901 sans but lucratif, dont les statuts ont été approuvés le 25 juin 1997 et dont la déclaration a été reçue en Préfecture de Gironde le 5 août 1997 :

est compétent pour assurer les missions d'accueil et d'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune  
peut être également consulté sur des projets d'équipements collectifs touristiques  
est autorisé à commercialiser des prestations de services touristiques  
peut se voir confier tout ou partie de l'élaboration et de la mise en œuvre de la politique du tourisme dans la commune  
exerce toute activité dans le respect des textes en vigueur

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

**Article 1 – Objectif de la convention**

La présente convention a pour objectif de définir les modalités de partenariat entre la Ville de Bordeaux et l'Office de Tourisme de Bordeaux.

**Article 2 – Durée de la convention**

La convention prendra effet dès sa signature par les parties et transmission au contrôle de légalité. Elle prendra fin le 31 décembre 2014. Elle peut être dénoncée en cours d'exécution suivant les modalités définies à l'article 9.

**Article 3 – Description des actions menées par l'Office de Tourisme et des objectifs poursuivis**

Sont ci-après décrites les actions qui sont menées par l'Office de tourisme ainsi que les grandes orientations proposées.

**3.1 Accueil et Information du public**

L'office du tourisme assurera l'accueil et l'information des visiteurs via différents points d'accueil permanents (siège, gare, Bordeaux Monumental...) ou temporaire (aéroport, palais des congrès, paquebots ...). D'une manière générale, l'Office de tourisme veillera à mettre en place, dans les lieux appropriés, un point d'information lors de tout évènement de grande ampleur (professionnel ou grand public) et proposera aux hébergeurs une documentation touristique locale.

Toutes démarches qualité en termes d'accueil et d'information du public, lesquels sont d'ores et déjà reconnus par le classement en 4\* de l'Office, sa certification Qualité Tourisme et l'obtention du label « Tourisme & Handicap », seront poursuivies.

Enfin, l'Office de Tourisme communiquera à ses partenaires toute information leur permettant de mettre à jour leurs différents supports, en particulier pour les sites web.

### **3.2 Promotion / Communication**

L'Office de tourisme assurera des actions de promotion touristique en France et à l'étranger. Elles pourront être conduites en propre ou en partenariat avec d'autres instances touristiques (Atout France, Comité Régional du Tourisme Aquitaine, Comité Départemental du Tourisme Gironde, autres Offices, Bordeaux Gironde Convention Bureau, Bordeaux Croisière, Bordeaux Grands Evènements, Association de configuration du Centre culturel et touristique du vin ..), des institutionnels, notamment le service Relations Internationales de la Ville, voire des organisations professionnelles ou des opérateurs privés.

L'Office veillera à mettre en avant l'ensemble de l'offre touristique existante ou à venir sur Bordeaux, voire sa périphérie, notamment si l'offre en question est attractive et, est susceptible d'augmenter la durée de séjour sur la destination.

Les différents moyens et modes d'accès à la ville (aéroport, gare, fleuve, voies vertes ...)  
seront promus dans les supports appropriés.

Seul ou en appui d'autres acteurs, l'Office valorisera notamment les filières et produits suivants dès lors qu'une offre structurée existe : tourisme d'affaires, tourisme de luxe, tourisme familial, tourisme culturel, tourisme fluvial, croisière et plaisance, tourisme vitivinicole, tourisme pour tous, tourisme de découverte économique, tourisme à vélo, séjours linguistiques, golf, parcs et jardins, artisanat, shopping, marchés...

L'Office de Tourisme élaborera un plan marketing et participera à différents salons et workshops ciblés, travaillera les relations presse et se dotera des supports de communications adaptés.

Pour les éditions papier, il sera privilégié l'utilisation croissante de papier recyclé ou certifié. En outre, compte tenu de la montée en puissance du Web comme outil de promotion / commercialisation, l'Office poursuivra l'évolution de son site Web [www.bordeaux-tourisme.com](http://www.bordeaux-tourisme.com)

### **3.3 Elaboration de prestations touristiques et commercialisation**

L'Office poursuivra l'élaboration et la commercialisation de visites guidées patrimoniales et thématiques, d'excursions dans le vignoble, de visites d'entreprises, de forfaits, notamment courts-séjours.... Outre l'offre existante, l'Office étudiera la possibilité d'élargir la gamme des prestations proposées afin de rendre la destination encore plus attractive, tant au niveau des filières (tourisme fluvial, tourisme à vélo ...) que des outils de découverte.

L'Office de Tourisme apportera son concours à la mise en réseau et à la commercialisation de produits et circuits autour de sites girondins reconnus au titre du Patrimoine Mondial de l'Unesco, conformément à la charte fondatrice pour un projet de coopération au titre du patrimoine mondial signée le 11 juillet 2008 entre les villes de Bordeaux, Blaye, Cussac Fort Médoc et la Communauté de communes de la Juridiction de Saint Emilion.

La vente de prestations en ligne, déjà opérationnelle et qui donne d'excellents résultats, sera poursuivie et adaptée à l'évolution des attentes des internautes.

L'Office contribuera également au déploiement de services mobiles sans contact suite à la sélection de Bordeaux dans le cadre de l'appel à projets « déploiement de services mobiles sans contact NFC » lancé par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

### **3.4 Animation**

L'Office poursuivra sa politique active en terme d'animation (Dimanches sans voiture...) pour différents publics, soit en propre, soit en soutien logistique et / ou promotionnel à des évènementiels et autres animations.

Il contribuera à la mise en valeur du patrimoine architectural bordelais, sous son initiative et sa responsabilité, en gérant l'exposition permanente Bordeaux Monumental et en organisant des visites ou expositions dans tout autre lieu remarquable ou d'intérêt (ex : Porte Cailhau, Flèche Saint-Michel, site archéologique de Saint Seurin, Grand Théâtre, Palais Rohan, Palais Gallien...).

Bien entendu, ces opérations seront engagées en étroite partenariat avec les services concernés de la Ville, notamment au regard des actions à mener dans le cadre de la labellisation de Bordeaux en « Ville d'Art et d'Histoire » et de son inscription au Patrimoine Mondial.

En tant que besoin, des conventions particulières ou autres actes administratifs seront conclus pour l'occupation de l'espace public et du domaine public ou privé de la Ville.

### **3.5 Produits dérivés et marques touristiques**

Compte tenu du succès rencontré par la vente de produits dérivés autour de la Ville et du Vin depuis 2001, l'Office poursuivra tout partenariat utile selon une politique commerciale déterminée par lui. Il étudiera par ailleurs le développement d'une gamme de produits éco-responsables.

Enfin, l'Office de Tourisme pourra recevoir l'autorisation d'exploiter tout label ou marque lié à la valorisation touristique et patrimoniale de la ville.

### **3.6 Formation**

L'Office mènera toute action de formation ou de sensibilisation qu'il juge utile pour les opérateurs de la filière (guides interprètes et conférenciers, taxis, réceptionnistes des hôtels...). Par ailleurs, compte tenu de la labellisation « Ville d'Art et d'Histoire » (Convention Etat / Ville), les formations au patrimoine à réaliser dans ce cadre seront étudiées conjointement avec la Direction Générale des Affaires Culturelles de la Ville.

### **3.7 Observation de l'activité touristique**

L'Office fournira à la Ville l'ensemble des statistiques en sa possession en matière de tourisme (visites guidées, excursions, visiteurs accueillis dans les points d'informations...).

## **Article 4 – Mise à disposition de locaux**

La Ville de Bordeaux s'engage à mettre à disposition de l'Office de Tourisme,

des locaux situés 12 cours du XXX Juillet à Bordeaux pour un loyer annuel fixé à l'euro symbolique. Une convention particulière fixera les conditions de cette mise à disposition, étant précisé que l'Office devra accueillir dans cet immeuble, sous sa responsabilité, les associations Bordeaux Gironde Convention Bureau et Bordeaux Grands Evènements.

tout édifice municipal susceptible de servir de support à l'organisation d'animations selon des modalités qui seront, en cas de besoin, contractualisées dans un cadre partenarial.

## **Article 5 – Financement**

Le budget de l'Office de Tourisme comprendra les recettes prévues par ses statuts, notamment :

- une subvention de la Ville pour ces actions correspondant à l'intérêt général : information, accueil, promotion / communication et animation.
- le produit de la vente de produits dérivés
- le produit de la vente de forfaits, visites guidées et excursions
- les cotisations de ses membres, notamment des opérateurs du tourisme, car les activités de l'Office contribuent incontestablement à l'essor de l'économie marchande sur le territoire.

L'Office poursuivra sa politique déjà engagée de conquête de membres, tant au niveau des professionnels que des habitants, « ambassadeurs » de la ville. Conformément à ses statuts, il fixera le barème des cotisations et étendra son action, y compris son périmètre d'adhésion, sur le territoire de la commune et sur le bordelais au sens large. Il veillera à offrir à ses adhérents des services « plus ». Il est par ailleurs précisé qu'aucune composante de l'offre touristique appartenant à la ville et gérée directement par la collectivité n'est tenue d'adhérer à l'Office de Tourisme pour bénéficier de ses services.

## **Article 6 – Subventions de la Ville et modalités de versement**

Pour permettre à l'Office de Tourisme d'assurer les actions et les grandes orientations définies à l'article 3, la Ville s'engage à lui accorder une aide financière annuelle dans les conditions suivantes :

L'Office de Tourisme présente avant le 31 juillet de chaque année, sa demande de subvention pour l'année suivante avec son plan d'actions, dans le respect des procédures en vigueur au sein de la Ville.

La Ville statue sur cette demande au regard de ses propres disponibilités dans le cadre du vote de son budget primitif, étant précisé qu'il n'y a aucun droit acquis à l'octroi de telles subventions ou au renouvellement des subventions versées sur l'exercice précédent.

Le versement de la subvention intervient chaque année par convention attributive mentionnant le plan d'actions et le budget de l'Office.

Pour permettre à l'Office de Tourisme d'assurer ses actions, les versements sont effectués sur les bases liquidatives suivantes :

- 50 % en début d'exercice, dès signature de la convention attributive de subvention annuelle
- 25 % au 1<sup>er</sup> juin
- 25 % au 1<sup>er</sup> septembre

Sur demande dûment motivée, ces pourcentages peuvent être modifiés, sous réserve de rester dans l'enveloppe globale annuelle.



En cas de demande de subvention complémentaire dûment motivée en cours d'année, il sera fait application des procédures habituellement suivies pour le traitement des demandes de subvention ponctuelle à la Ville.

La subvention sera créditée au compte de l'Office de Tourisme de Bordeaux n°10057 19012 00017670501 10 - établissement : C.I.C. Société Bordelaise – agence Bordeaux Chapeau Rouge, après signature des conventions annuelles d'attribution.

Le versement sera effectué au compte de l'Office de Tourisme de Bordeaux dont les références bancaires ou postales sont stipulées ci-dessous :

RELEVÉ D'IDENTITÉ BANCAIRE/OU POSTAL			
Domiciliation : CIC BORDEAUX ENTREPRISES – 42 Cours du Chapeau Rouge 33000 BORDEAUX			
Titulaire du compte : OFFICE DE TOURISME DE BORDEAUX Adresse : 12 Cours du XXX Juillet - 33080 BORDEAUX CEDEX			
Code banque	Code guichet	N°de compte	Clé RIB ou RIP
10057	19012	00017670501	10

#### **Article 7 – Conditions générales**

L'Office de Tourisme 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, tous changements intervenus dans son conseil d'administration,
- 3°) à respecter ses statuts et son éventuel règlement intérieur,
- 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 respecter, tout texte en vigueur, notamment l'ordonnance n°2005-649 du 6 juin 2005, relatif à la liberté d'accès à la commande « publique », l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures d'achat.

#### **Article 8 – Condition de renouvellement**

La présente convention est conclue pour la période fixée à l'article 2. Toute reconduction tacite est exclue. Le cas échéant, une nouvelle convention devra intervenir pour une nouvelle période.

#### **Article 9 – Condition de résiliation et de modification**

En cas de non-respect par l'Office de Tourisme 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'Office de Tourisme.

Enfin, les dispositions de la présente convention peuvent faire l'objet de modifications, après accord des deux parties, par voie d'avenant.

#### **Article 10 – Contrôle de la Ville sur l'Office de Tourisme**

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'Office de Tourisme 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,

□ tous documents faisant connaître les résultats de son activité.

La Ville se réserve par ailleurs le droit de procéder à tout contrôle sur place et sur pièce qui lui semblerait nécessaire.

#### **Article 11 – Coordination**

Pour assurer une totale coordination entre la politique touristique de la Ville et les actions menées par l'Office de Tourisme, les deux parties conviennent de réunir autant que de besoins leurs services respectifs.

#### **Article 12 – Droits de timbre et d'enregistrement**

Les frais éventuels des présentes seront à la charge de l'Office de Tourisme.

#### **Article 13 – Election de juridiction**

Les deux parties conviennent que les tribunaux compétents relatifs à l'application de la présente convention sont ceux siégeant à BORDEAUX.

## **Article 14 – 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, 12 cours du XXX Juillet à Bordeaux

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

**Pour la Ville de Bordeaux,  
LE MAIRE**

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

**A. JUPPE**

**S. DELAUX**

<p><b>CONVENTION D'APPLICATION 2012 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 Stéphane DELAUX, autorisé par délibération du conseil d'administration en date du 15 novembre 2011.

**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 2012-2014 en date du ..... 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 2012**

L'Office de Tourisme de Bordeaux mettra en œuvre, en 2012, 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 2012.

Ci-après, le budget prévisionnel de l'Office de Tourisme de Bordeaux qui s'élève à 3 895 000 euros pour 2012.

<b>DEPENSES</b>	<b>MONTANTS</b>	<b>RECETTES</b>	<b>MONTANTS</b>
<b>I ) COMMUNICATION / PROMOTION</b>	<b>410.330 €</b>	- Subvention Ville de Bordeaux	<b>1.810.000 €</b>
<b>II ) BUREAU VISITES GUIDEES &amp; ACHATS BOUTIQUES</b>	<b>1.979.300 €</b>	- Ventes boutique & visites guidées	<b>2.020.000 €</b>
<b>III ) FONCTIONNEMENT</b>	<b>1.430.370 €</b>	- Cotisations des membres	<b>65.000 €</b>
<b>IV ) INVESTISSEMENTS</b>	<b>75.000 €</b>		
<b>TOTAL DEPENSES</b>	<b>3.895.000 €</b>	<b>TOTAL RECETTES</b>	<b>3.895.000 €</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 905 000 €,
- 25 % au 1<sup>er</sup> juin 2012 soit un montant de 452 500 €,
- 25 % au 1<sup>er</sup> septembre 2012 soit un montant de 452 500 €.

### **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

Office de Tourisme de Bordeaux

BORDEAUX



TOURISME

# PLAN D'ACTION 2012



[www.bordeaux-tourisme.com](http://www.bordeaux-tourisme.com)



14 Décembre 2011



# Orientations stratégiques

## 5 axes majeurs et prioritaires de développement :

- ⇒ **Etaler et accroître la fréquentation touristique sur l'année**
  - *en réduisant la différence des taux d'occupation semaine/week-end*
- ⇒ **Développer encore plus l'image et la notoriété de notre destination**
- ⇒ **Intensifier nos actions vers la clientèle de courts séjours et de proximité**
  - *sur des marchés matures : promouvoir notre offre « citybreak » adaptée à diverses cibles*
  - *sur des marchés émergents : développer la complémentarité avec Paris en mettant en avant les facilités d'accès*
- ⇒ **Proposer une offre de produits diversifiés, innovants et de qualité**
  - *qui réponde aux attentes de notre cœur de cible (jeunes actifs, familles, couples sans enfants, seniors, CSP+ voyageant de manière désaisonnalisée)*
- ⇒ **Conquérir et fidéliser de nouvelles clientèles, et entretenir nos clientèles traditionnelles aussi bien professionnelles que grand public**

# Actions 2012

---

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



# 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.  
Ces actions n'excluent pas, bien sûr, d'autres opérations du même type au niveau mondial

- **Promotion en partenariat avec Atout France**

- > dans le cadre du Club Tourisme en Ville
- > au sein du Club Tourisme Viti-vinicole
- > dans le cadre des deux Clubs, édition d'une brochure « Art de Vivre » à destination du grand public mettant en avant la richesse du patrimoine culturel français autour d'itinéraires de villes en villes mais aussi des vignobles alentour sous forme de focus.  
Les cibles : CSP+, jeunes seniors et DINKS (Double Income, No Kids)

- **Présence sur salons et workshops**

- > Rendez-Vous en France - Paris - 27 et 28 Mars
- > Destination Vignobles - automne
- > International Luxury Travel Market (ILTM) - Cannes - Décembre

# Actions de promotion

## Marchés Européens

- **Belgique**
  - > Salon des Vacances - Bruxelles - 2 au 6 Février
- **Grande- Bretagne**
  - > France Show - Londres - 13 au 15 Janvier
- **Suisse**
  - > Salon Vacances, Voyages et Loisirs – Genève - 13 au 15 Janvier

⇒ *A noter que les actions sur la Grande-Bretagne et la Suisse émanent des professionnels bordelais qui souhaitent toucher le grand public de ces deux marchés en liaison aérienne directe avec Bordeaux*

# Actions de promotion

## Marchés Pays Lointains

- **Australie**

- > Workshop France - Sydney, Melbourne et Perth - 6 au 15 Septembre

- **Brésil**

- > Road show « Découvrez la France » - Sao Paulo, Rio, Brasilia et Manaus - 5 au 9 Mars

- **Canada**

- > Destination France - Montréal, Québec, Toronto et Vancouver - 20 au 27 Février

- > Bordeaux Fête le Vin - Québec - 6 au 9 Septembre

- **Chine / Hong Kong / Taïwan**

- > Vinexpo Asia - Hong Kong - 29 au 31 Mai

- > Wine & Dine Festival en appui de Bordeaux Grands Evènements - fin Octobre

- > Tourisme France Chine - Pékin, Shanghai, Canton et Taïwan - début Décembre

- > Action spécifique à mener lors de l'ouverture de la ligne directe Paris-Wuhan en Avril

# Actions de promotion

---

- **Etats-Unis**

- > Evènement France - 7 au 10 Février
- > Seatrade Cruise Shipping - Miami - 12 au 15 Mars
- > French Affairs - 20 au 22 Octobre

- **Japon / Corée**

- > Workshops « Rendez-Vous en France » :
  - Japon - Osaka et Tokyo - 24 au 28 Septembre puis
  - Corée - Séoul - 1<sup>er</sup> au 4 Octobre

# Communication

- **Accueils ciblés de journalistes français et étrangers**
  - > presse spécialisée (tourisme, vin, gastronomie, art de vivre ...)
  - > presse grand public (généraliste, féminine, décoration...)
- **Internet**
  - > poursuite du développement de notre site et intensification de la commercialisation de nos produits
  - > continuation de notre partenariat avec la Mairie de Bordeaux pour être présents sur les principaux sites sociaux et applications e-mobile sur smartphones et/ou Ipad et relayer la communication de la ville à travers les QR Codes
- **Déploiement des services mobiles sans contact NFC**  
(*Near Field Communication / Communication en champ proche*) →



# Communication

En Janvier 2011, le Ministère de l'Industrie a sélectionné et labellisé le territoire de Bordeaux comme « Leader du mobile sans contact » dans le cadre d'un appel à projets.

Fort de cette labellisation, la ville de Bordeaux associée à la Communauté Urbaine de Bordeaux a décidé de déployer, dès 2012, un bouquet de services NFC sur le territoire bordelais en sollicitant l'implication et le partenariat de notre Office de Tourisme.

Ce nouveau dispositif facilitera la consommation de services en mutualisant sur un seul et même support des prestations telles que : transports en commun, location de vélos, stationnement, musées, visites organisées, hôtellerie, découverte de monuments, dégustations, informations culturelles etc... permettant ainsi aux professionnels d'optimiser la gestion de leur offre touristique sur Bordeaux.

Dans le cadre de la réponse à cet appel à projets, le lancement et le déploiement d'une « plateforme NFC » dédiée au tourisme a donc été décidé pour dématérialiser dans un premier temps les principales offres ci-après :

# Communication

- Parcours UNESCO (via des tags NFC ou codes 2D)
  - Parcours « découverte des artisans »
  - Bordeaux Fête le Vin
  - Bordeaux Fête le Fleuve
  - Vinexpo
  - Tourisme fluvial et vitivinicole
  - Pass « nouvel arrivant »
  - Pass touristique personnalisable : « je choisis mes prestations, je paie sur Internet et je reçois dans mon téléphone mon Pass Bordeaux personnalisé »
- Ces outils novateurs participeront incontestablement au rayonnement et à la promotion touristique de Bordeaux.

La mise en place d'un premier pass dématérialisé contenant différentes prestations (transports, visites, dégustations) pourrait intervenir à la fin du premier semestre 2012.

# Accueil & Animation

- **Accueil Gare Saint -Jean**

- > installation dans un nouveau local situé dans le Pavillon Nord (*près de l'esplanade « départ » actuelle*)

- **Démarche Qualité**

- > notre qualité d'accueil se doit d'être irréprochable à tous les niveaux → sensibilisation permanente des personnels concernés mais aussi des professionnels locaux à travers leurs structures (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie par exemple pour les hôteliers)

- **Formation / Information**

- > poursuite de nos actions en direction des taxis touristiques, du personnel de réception des hôtels, des agents de la Mairie de Bordeaux et des guides de l'Office de Tourisme

- **Bordeaux Croisières**

- > poursuite de notre politique d'accueil et d'information à bord des paquebots



# Accueil & Animation

- **Tourisme d'affaires**

- > accompagnement du Bordeaux Convention Bureau, de Congrès et Expositions de Bordeaux et de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux (pour son nouvel espace « Bordeaux, Place de la Bourse ») dans la promotion et surtout l'accueil des grands congrès internationaux

- **7<sup>ème</sup> édition du Week-end des Grands Crus**

- > participation à la promotion et l'accueil de cette importante manifestation

- **Bordeaux Fête le Vin**

- > promotion, communication et accueil de journalistes et VIP en partenariat avec Bordeaux Grands Evènements

- **Partenariat avec le Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux**

- > poursuite de nos actions avec le Bar à Vin, l'Ecole du Vin et le service marketing du CIVB (accueil de journalistes notamment)

# Accueil & Animation

- **Borne tactile multimédia pour les visiteurs**

> une étude est en cours pour l'installation d'une telle borne à l'accueil. Une nette préférence s'est toutefois exprimée pour que cette borne puisse être consultée de l'extérieur notamment lorsque l'Office de Tourisme est fermé.

Enfin, il est souhaitable d'y faire figurer nos visites quotidiennes en français et en anglais mais aussi la liste des hôtels en soirée après la fermeture de l'Office

- **Forfait Bordeaux Découverte**

> le faire évoluer pour renforcer son attractivité en accroissant l'offre actuelle via des offres optionnelles par exemple pour lui maintenir son prix d'appel très compétitif

# Valorisation du patrimoine

- **Projet IMAYANA (ex B3D)**
  - > accompagnement de ce projet par une aide logistique et technique à sa mise en place et à sa commercialisation (printemps/été 2012)
- **Tourisme de découverte économique**
  - > poursuite de nos actions de mise en avant de notre patrimoine industriel
- **Dynamisation des sites touristiques dont la gestion nous est confiée par la ville**
- **Parcours « Express » UNESCO**
  - > refonte du circuit existant (qui va être matérialisé au sol par des autocollants reprenant le logo UNESCO) avec le circuit « Tourisme et Handicap »
- **Ouverture de la Grosse Cloche à la visite ?**

# Nouvelles offres de découverte ville & vignob

- **Commercialisation et adaptation de l'offre**

- > poursuite et développement de notre partenariat avec les prestataires privés s'impliquant dans la création de nouveaux produits touristiques commercialisés par l'Office
- > contractualisation des relations avec ces partenaires privés
- > adaptation de l'offre aux nouvelles formes de consommation

- **Tourisme fluvial et de croisières**

- > promotion et mise en valeur du fleuve à travers les produits proposés par les opérateurs privés (tels que Croisières Burdigala, Gens d'Estuaire ou CroisiEurope par exemple) mais aussi grâce aux nouvelles facilités offertes par le ponton d'honneur

# Nouvelles offres de découverte ville & vignob

- **Actions en faveur du Tourisme, du Commerce et de l'Artisanat**

- > étude sur la possibilité de mettre en place un circuit thématique « shopping » tant auprès des commerçants indépendants que des grandes enseignes (Galeries Lafayette par exemple)
- > partenariat avec la Mairie de Bordeaux et la Chambre de Métiers sur ce dossier visant à travailler et à déboucher sur un label « Made in Bordeaux » notamment grâce à une participation financière de l'Etat (FISAC)

- **Petit Train touristique**

- > arrivée d'un petit train *électrique*



# Actions spécifiques

- **Labels spécifiques**

- > mise en avant des labels et des produits liés à :

- . « Famille Plus »

- . « Tourisme et Handicap »

- . « Destination pour Tous »

- . « Ville Vélotouristique »

- **Centre Culturel et Touristique du Vin**

- > accompagner la montée en puissance de ce futur équipement structurant très attendue du grand public et des professionnels

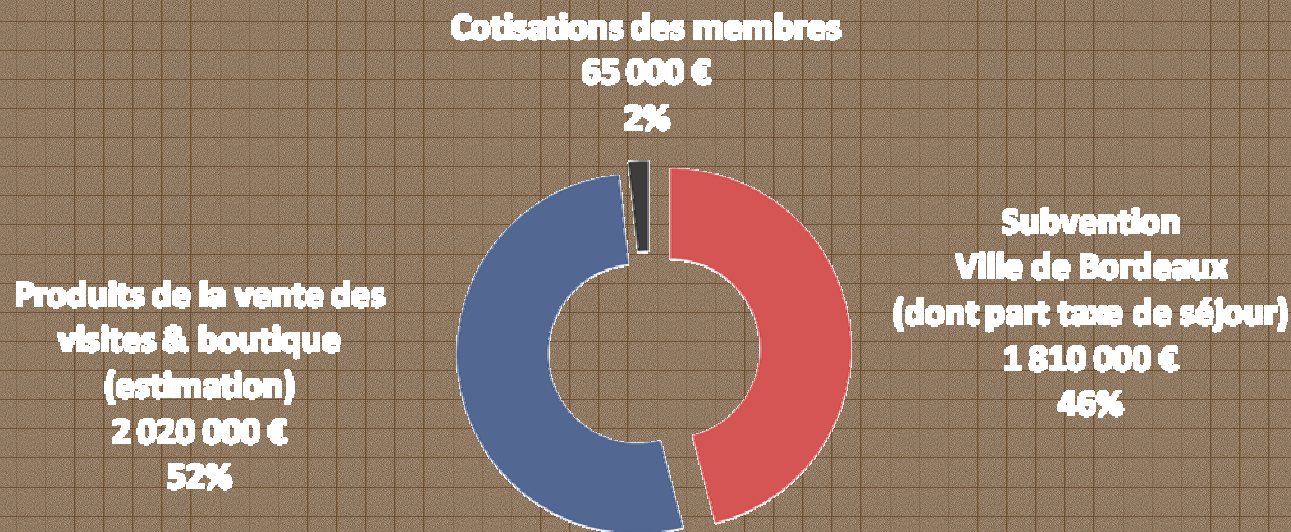
# Actions spécifiques

- **Signalétique**

- > mise en place d'une signalétique en relation avec la Ville :
- . directionnelle (*mâts à lattes*) pour les hôtels, les sites d'intérêts ..
- . informative avec plan (*parking véhicules particuliers et autocars, parcs et jardins, quais, places remarquables etc...*) type RIS
- . patrimoniale et culturelle : parcours « Express » UNESCO
- . plaques commémoratives « historiques » (*maisons d'écrivains célèbres ayant séjourné à Bordeaux, monuments privés représentatifs etc...*)

# Budget prévisionnel 2012 : 3 895 000 €

## Recettes



## Dépenses

