



# EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

---

Conseillers en exercice : 61

Date de Publicité : 28/01/14

Reçu en Préfecture le : 28/01/14  
CERTIFIÉ EXACT,

**Séance du lundi 27 janvier 2014**  
**D - 2014/31**

***Aujourd'hui 27 janvier 2014, 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, Monsieur Didier CAZABONNE, 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 Laurence DESSERTINE, Monsieur Jean-Charles BRON, 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 Sylvie CAZES, Madame Nicole SAINT ORICE, Monsieur Nicolas BRUGERE, Madame Constance MOLLAT, Monsieur Maxime SIBE, Monsieur Guy ACCOCEBERRY, Madame Emmanuelle CUNY, Madame Chafika SAILOUD, Monsieur Yohan DAVID, Madame Sarah BROMBERG, Madame Paola PLANTIER, Mme Laetitia JARTY ROY, Monsieur Jacques RESPAUD, Monsieur Jean-Michel PEREZ, Madame Martine DIEZ, Madame Emmanuelle AJON, Monsieur Matthieu ROUYEYRE, Monsieur Pierre HURMIC, Madame Marie-Claude NOEL, Monsieur Patrick PAPADATO, Monsieur Vincent MAURIN, Madame Natalie VICTOR-RETALI,

**Excusés :**

Madame Anne WALRYCK, Monsieur Jean-Charles PALAU, Monsieur Ludovic BOUSQUET, Madame Wanda LAURENT, Madame Béatrice DESAIGUES

## **Convention d'application 2014 entre la Ville de Bordeaux et l'Office de 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 13 février 2012, nous avons autorisé Monsieur le Maire à signer une convention cadre triennale de partenariat entre la Ville et l'Office de Tourisme de Bordeaux sur la période 2012-2014.

Conformément à l'article 6 de la convention cadre pluriannuelle, vous trouverez ci-joint une convention d'application pour 2014 ainsi que le plan d'actions de l'Office de Tourisme, son budget prévisionnel s'élevant à 4 354 000 € dont 1 795 000 € 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 2014, le budget prévisionnel de l'Office de tourisme est passé de 2 510 900 € à 4 354 000 € soit une augmentation de 1 843 100 € (+ 73 %), avec une dotation accordée par la Ville majorée de 145 000 € (+ 9 %). Il en ressort une capacité d'autofinancement de la structure en forte hausse, 59 % en 2014 contre 34 % en 2006 (25 % en 1998).

Sa fréquentation était de 578 506 visiteurs en 2006 contre 719 467 fin 2013 (+ 24 %), pour des visites de ville et thématiques passées de 10 962 personnes à 17 152 (+ 56 %) sur cette même période, un nombre d'entrées dans les monuments de 91 946 personnes en 2013 (contre 42 350 en 2006) et 27 451 visites de vignobles en 2013 contre 15 350 en 2006 (+ 78 %).

Entre 2006 et 2012, le nombre de nuitées assujetties à la taxe de séjour est passé de 1 423 000 à 1 880 634, soit une croissance de 32 %.

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 d'application 2014
- procéder au versement de la subvention de 1 795 000 € pour 2014 qui sera imputée sur la fonction 9 sous fonction 95 nature 6574 de l'exercice en cours.

### **ADOpte A L'UNANIMITE**

NON PARTICIPATION AU VOTE DE Mme CAZES, Mme CUNY, M DELAUX, M. REIFFERS, M BRON, M PEREZ

Fait et Délibéré à Bordeaux, en l'Hôtel de Ville, le 27 janvier 2014

P/EXPEDITION CONFORME,

**Monsieur Josy REIFFERS**

**CONVENTION D'APPLICATION 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 16 septembre 2013.

**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 26 avril 2012 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 2014**

L'Office de Tourisme de Bordeaux mettra en œuvre, en 2014, le plan d'actions ci-après annexé.

**Article 2 – Financement**

La Ville de Bordeaux assurera un financement de 1 795 000 € pour mener à bien ce programme d'actions de l'année 2014.

Ci-après, le budget prévisionnel de l'Office de Tourisme de Bordeaux qui s'élève à 4 354 000 euros pour 2014.

| <b>DEPENSES</b>   | <b>MONTANTS</b>    | <b>RECETTES</b>                     | <b>MONTANTS</b>    |
|---|--------------------|-------------------------------------|--------------------|
| <b>I ) COMMUNICATION / PROMOTION</b>                          | <b>460.000 €</b>   | - Subvention Ville de Bordeaux      | <b>1.795.000 €</b> |
| <b>II ) BUREAU VISITES GUIDEES<br/>&amp; ACHATS BOUTIQUES</b> | <b>2.270.000 €</b> | - Ventes boutique & visites guidées | <b>2.420.000 €</b> |
| <b>III ) FONCTIONNEMENT</b>                                   | <b>1.524.000 €</b> | - Cotisations des membres           | <b>66.000 €</b>    |
|   |                    | - autres produits                   | <b>39.000 €</b>    |
| <b>IV ) INVESTISSEMENTS</b>                                   | <b>100.000 €</b>   |                                     |                    |

|                       |                    |                       |                    |
|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| <b>TOTAL DEPENSES</b> | <b>4.354.000 €</b> | <b>TOTAL RECETTES</b> | <b>4.354.000 €</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 897 500 €,
- 25 % au 1<sup>er</sup> juin 2014 soit un montant de 448 750 €,
- 25 % au 1<sup>er</sup> septembre 2014 soit un montant de 448 750 €.

### **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**

# OFFICE DE TOURISME DE BORDEAUX

A nighttime photograph of the Grosse Tour in Bordeaux, France. The central building features a prominent, illuminated spire with a clock face. The sky is a mix of orange and blue, indicating dusk. The surrounding buildings have many lit windows, and streetlights are visible in the foreground.

Plan d'action 2014



# **SOMMAIRE**

**1-Patrimoine**

**2- Accueil, Information**

**3- Communication**

**4- Promotion**

**5- Commercialisation**

**6- Projet « Bordeaux métropole City Pass »**



# 1- Patrimoine

## *Patrimoine*

- **Rallonger période d'ouverture des monuments** (dès le 1er avril pour la porte Cailhau)
- Créer un document patrimonial sur les **points d'intérêt à voir sur la CUB** hors Bordeaux
- Planifier et réussir **l'ouverture du CIAP** et la fermeture de Bordeaux Monumental, en lien avec l'accueil





## 2- Accueil - Information

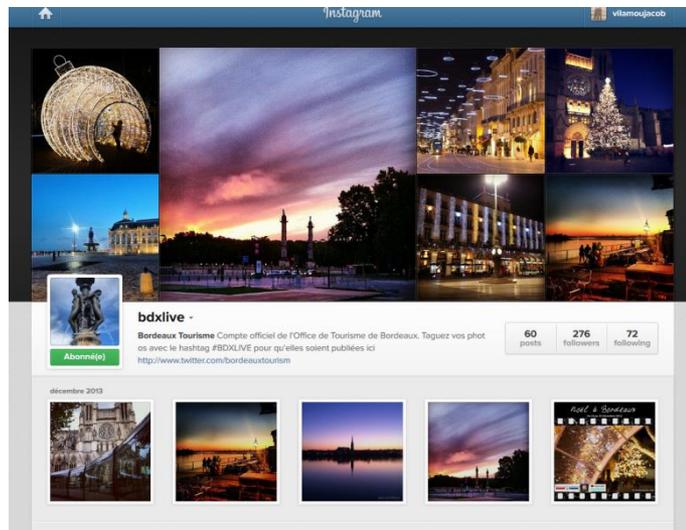
- **Transfert de l'activité de Bordeaux Monumental** au CIAP (Bordeaux Patrimoine Mondial) Place de la Bourse (février-mars)
- Privilégier le **recrutement de personnels qualifié parlant les langues suivantes** : allemand, portugais, chinois, japonais
- Création d'un **guide dédié à la clientèle famille** sur le modèle de ceux du handicap et de l'écotourisme. Rapprocher l'accueil des clients, le cas échéant en investissant dans un kiosque d'accueil mobile
- **Refonte totale de l'espace accueil**, pour l'adapter à la fois aux nouvelles exigences des visiteurs, à la stratégie commerciale et à la fréquentation (projet hiver 2014-2015)



## 3- Communication

# Communication

- **Nouveau site internet**, mis en ligne avril 2014
- Création d'un « **Travel Planner** » document de promotion réservé aux professionnels, notamment sur les marchés étrangers
- Appui sur les réseaux sociaux, (Facebook 14000 fans au 15 décembre 2013, Twitter, Yelp...)
- Animation d'une communauté de photographes amateurs via Instagram, autour de #BDXLIVE



## **Projet nouveau site web**

- A l'issue d'une consultation, l'entreprise qui a été sélectionnée pour refondre notre site web et notre stratégie numérique est « **l'Agence Interactive** » de Lyon.
- Le nouveau site aura pour objectif de positionner Bordeaux comme une **grande capitale européenne**, avec un positionnement « glamour » et « contemporain » qui viendrait en appui de nos axes naturels que sont le vin et le patrimoine du XVIIIème
- Un focus particulier sera porté sur la **billetterie en ligne**, et sur la **publicité**, afin que ces deux outils constituent une colonne vertébrale « discrète » et qualitative.
- Nous nous appuierons très largement sur des **photos d'internautes** « récupérées » sur des réseaux sociaux (Instagram, FB...), pour donner une image « vivante » de la destination.
- Le site très « éditorialisé », et fera la part belle aux **témoignages des internautes**, bordelais et touristes.
- Assez rapidement, ce site aura vocation à être un portail unique « **Bordeaux Tourisme et Congrès** », et ouvrira également vers les territoires environnants (CRT Aquitaine associé)
- Trois **exemples de sites** dont nous allons nous inspirer : [www.visitcopenhagen.com](http://www.visitcopenhagen.com) / <http://visitbrussels.be> / [www.lyon-france.com](http://www.lyon-france.com)
- Un **community manager** vient d'être recruté pour animer tout le dispositif.



## 4- Promotion

## *Stratégie de promotion*

- **Organiser des actions spécifiques « Bordeaux »** en partenariat avec d'autres acteurs locaux (CRT Aquitaine, CCIB, CDT, compagnies aériennes, hôteliers et professionnels, CIVB, Mairie...)
- **Réinvestir l'Europe**, et pour les destinations **Long Courrier** se concentrer sur 5 marchés, trois de fidélisation (Amérique du Nord, Australie, Japon) et deux de conquête (Chine, Brésil)
- **Vendre Bordeaux dans son environnement** (Biarritz, Dordogne, Bassin d'Arcachon, Cognac...), en particulier sur les marchés lointains
- Mettre en place une **nouvelle organisation en interne** : un service commercial, une personne dédiée en back office aux relations agences et TO...
- Edition d'un « **Travel Planner** », outil de présentation de notre offre réservé aux professionnels (une version français/anglais et une version simplifiée chinois/japonais)
- S'appuyer sur de **nouveaux outils de promotion** qui vont sortir début 2014 (nouveau site internet, nouveau film, City Pass, Box thématiques...)

## *Programme de promotion 2014*

- **3 opérations « phares » montées par l'OT de Bordeaux**, et proposées aux partenaires : USA, Chine, Allemagne. Ces opérations seront également proposées à Arcachon et St Emilion, voir Biarritz ou Cognac pour USA et Chine
- Participation à **2 « Roadshows » Atout France** : Japon et Australie
- 1 opération pilotée par la CCIB : **démarchage Brésil**
- 1 opération menée dans le cadre de **la Fête du Vin à Bruxelles**
- **3 actions de promotion « co-brandées »** avec le Comité Régional du Tourisme d'Aquitaine : Royaume Uni, Suisse, Espagne
- Principaux **partenaires** : CRT Aquitaine, CCIB, Air France, Volotéa, CIVB, et sous réserve : Convention Bureau, CDT, croisiéristes fluviaux, hôteliers, prestataires..

## *Détail des opérations de promotion*

- **Opérations organisées par l'OT de Bordeaux**
  - Californie (Los Angeles + San Francisco), cofinancement CRT Aquitaine
  - Allemagne ( Munich + Francfort) , cofinancement CDT Gironde
  - Chine (Pékin, Shangai, Hong Kong), cofinancement CRT Aquitaine + CCI Bordeaux
  - Brésil, financement CCIB
  - Belgique, Eat Bruxelles, Drink Bordeaux
- **Opérations Atout France avec une présence de l'OT de Bordeaux**
  - Workshop Rendez-Vous Vins et Spiritueux de France Zurich
  - Workshop « Rendez vous en France » à Clermont Ferrand
  - Workshop Italie Bologne Padoue
  - Workshop Japon Sakidori Tour
  - Workshop Australie 2-3 septembre
  - Workshop Destination Vignobles à Lyon



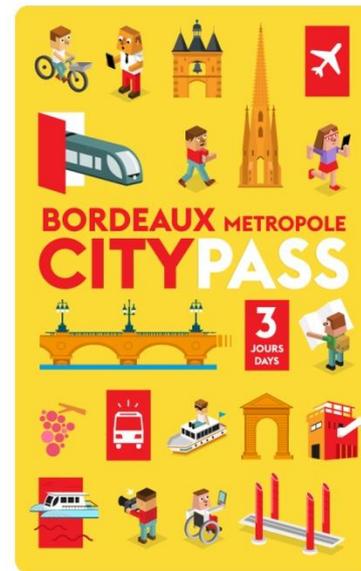
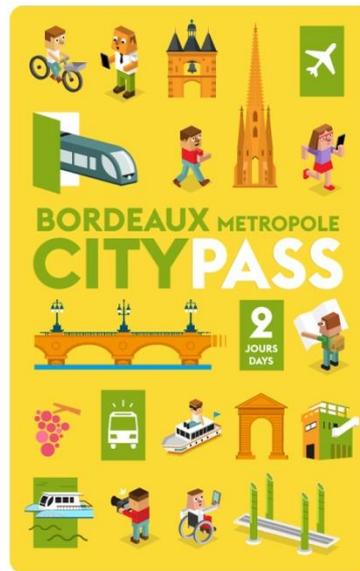
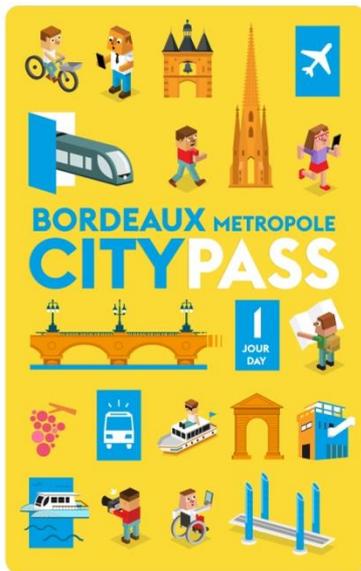
## 5- Commercialisation

## *Commercialisation*

- Lancement d'une collection de coffrets thématiques « **BordeauxBox** »
- Création d'un **City Pass** adossé à la technologie sans contact (NFC), inclus transport, visites musées, dégustation CIVB, visite de ville...
- Mise en place d'une véritable **stratégie de vente en ligne de circuits en visites**, en lien avec le nouveau site internet
- **Refonte de la programmation visites vignoble** pour améliorer les ventes (durées, titre des visites, langues, destinations, format, textes...)



**6- Projet « Bordeaux Métropole City Pass »**  
*Lancement avril 2014*



- **Objectif : proposer un pass touristique** incluant les transports en commun, l'entrée dans les musées, les principaux modes de visite (petit train, car cabriolet, bateau Burdigala, visites guidées à pied) et une dégustation dans le bar a vin du CIVB, + des remises chez certains commerçants, restaurants et prestataires
- Prix cible : 1 jour 23€, 2 jours 28 €, 3 jours 33€
- Objectif de vente : **8.000 cartes la 1ère année**, 15.000 la seconde
- **Points de vente** : OT, site internet, Kéolis, hôtels partenaires... En fonction des résultats, un poste d'animation commerciale du Citypass sera créé en 2015, pour optimiser la distribution

## Budget 2014

| RECETTES   | MONTANTS              | %       |
|--|-----------------------|---------|
| - SUBVENTION VILLE DE BORDEAUX (part fixe et part prévisionnelle de la taxe de séjour) | 1 750 000,00 €        | 40,193% |
| - SUBVENTION VILLE DE BORDEAUX (CIAP)  | 45 000,00 €           | 1,034%  |
| - PRODUITS DE LA VENTE DE LA BOUTIQUE CIAP   | 70 000,00 €           | 1,608%  |
| - PRODUITS DE LA VENTE DES VISITES GUIDEES ET DE LA BOUTIQUE                           | 2 350 000,00 €        | 53,973% |
| - COTISATIONS DES MEMBRES  | 100 000,00 €          | 2,297%  |
| - AUTRES PRODUITS  | 39 000,00 €           | 0,896%  |
| <b>TOTAL RECETTES</b>  | <b>4 354 000,00 €</b> |         |

| DEPENSES   | MONTANTS              |         |
|--|-----------------------|---------|
| I ) - COMMUNICATION                                  | 90 000,00 €           | 2,067%  |
| II ) - EDITIONS                                      | 70 000,00 €           | 1,608%  |
| III ) - PROMOTION                                    | 300 000,00 €          | 6,890%  |
| IV ) - BUREAU DES VISITES GUIDEES ET ACHATS BOUTIQUE | 2 270 000,00 €        | 52,136% |
| V ) - FONCTIONNEMENT                                 | 1 524 000,00 €        | 35,002% |
| a - fonctionnement général                           | 285 000,00 €          | 6,546%  |
| b - frais de personnel (hors BVG)                    | 1 239 000,00 €        | 28,457% |
| VI ) - INVESTISSEMENTS                               | 100 000,00 €          | 2,297%  |
| <b>TOTAL DEPENSES</b>                                | <b>4 354 000,00 €</b> |         |