

**DELEGATION DE Monsieur Josy REIFFERS**

**D-2014/31**

**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

**MME JARTY-ROY.** –

Ne participeront pas au vote Mme CAZES, Mme CUNY, M. REIFFERS, M. BRON, M. DELAUX, M. PEREZ.

**M. REIFFERS.** -

Monsieur le Maire, mes chers collègues, cette première délibération concerne le financement de l'Office de Tourisme.

Les relations entre la Ville de Bordeaux et l'Office de Tourisme sont régies par une convention triennale qui a un volet budgétaire. Le volet budgétaire est justement l'objet de cette délibération.

Pour 2014 le budget prévisionnel de l'Office s'élève à 4.354.000 euros.

La proposition qui est faite pour la subvention de la Ville de Bordeaux est de 1.795.000 euros.

Ce qui est intéressant c'est de voir que la progression de cette subvention de la Ville de Bordeaux, 9%, est beaucoup plus faible que la progression du budget et beaucoup plus faible aussi que les fréquentations de l'Office de Tourisme, d'ailleurs beaucoup plus faible aussi que la progression du nombre de touristes venant à Bordeaux, ou visitant nos différents sites touristiques.

Mesdames et Messieurs, je vous demande d'autoriser le Maire à signer le volet budgétaire de cette convention triennale.

**M. LE MAIRE.** -

Merci.

M. DELAUX

**M. DELAUX.** -

Monsieur le Maire, très rapidement deux ou trois points.

Josy a souligné l'autofinancement. Je voudrais mentionner pour 2014 l'ouverture du CIAP du Bordeaux Patrimoine Mondial, qui sera un événement important conduit par la Culture, mais où l'Office de Tourisme joue un rôle.

L'arrivée d'un nouveau site Internet. On a eu une progression de 24% en 2013, et aujourd'hui l'accroissement de la clientèle et des visiteurs sur Internet est très important.

Un plan promotion également qui est construit avec les professionnels. C'est un travail important fait par l'Office et par son Directeur Général. Donc nous souhaitons vraiment associer la filière à ce plan de promotion et au développement économique de la filière.

Autre point. On a parlé tout à l'heure d'emploi. Je voudrais mentionner les croisières fluviales, Monsieur le Maire. Nous avons en 2013, 2 bateaux.

Nous en aurons 4 en 2014 avec l'arrivée de deux compagnies dont on a déjà parlé.

Nous en aurons 4 de plus en 2015 avec l'arrivée d'une compagnie australienne, 1 de plus pour Croisieurope, et 1 de plus pour Uniword & Viking.

Je voudrais dire qu'au total cela fera sur l'ensemble du vignoble bordelais à peu près 1800 escales de paquebots de croisière fluviale. Il y a là un travail très important qui préfigure, bien sûr, l'arrivée de la Cité des Civilisations du Vin, mais qui montre à quel point la destination Bordeaux est capable d'irriguer tout le département.

Beaucoup de professionnels sont concernés, beaucoup d'emplois seront créés. Je pense que notre collègue Vincent MAURIN y sera sensible. Je pense que tout à l'heure sa parole a un peu débordé sa pensée parce qu'il a eu une appréciation un peu négative du tourisme.

Je voudrais rappeler que tout ça concerne des compagnies de transport, des compagnies de maintenance, l'agroalimentaire, le vin, les produits frais, les chauffeurs de taxi, les personnels techniques...

Il y a là une filière économique qui est en train de se développer qui est importante pour l'ensemble du département, pour l'ensemble des filières, et bien sûr aussi pour la vie du fleuve qui est une préoccupation, Monsieur le Maire, que vous avez depuis plusieurs années.

Enfin, je voudrais souligner l'arrivée au printemps d'un City Pass qui sera un outil de facilitation de la vie des touristes dans la ville avec en particulier l'inclusion d'un accès à tous les transports en commun de la Ville de Bordeaux.

#### **M. LE MAIRE.** -

Merci. Certains économistes dénomment désormais l'industrie touristique « l'Or bleu ».

Je rappelle que la place de la France comme première destination touristique du monde s'est confirmée tout récemment. Malheureusement Londres vient de passer devant Paris, mais au niveau national nous restons en très bonne position. Les retombées économiques y compris en termes d'emploi sont évidemment considérables pour l'économie nationale.

J'ajoute que ce tourisme fluvial est pour nous aussi un outil de coopération avec le territoire. Je pense à la Ville de Blaye, je pense à la Ville de Libourne, je pense à Pauillac, je pense à Cadillac aussi, donc on a là une possibilité de rayonnement sur l'ensemble des routes du vin.

Il est évident que l'attractivité de ce tourisme fluvial est lié aux vignobles. Si la fréquentation de ces bateaux est à 50% américaine ou asiatique c'est la fascination de la visite du Médoc, de l'Entre Deux Mers, ou de Saint-Emilion, Pomerol, bien évidemment.

M. RESPAUD

**M. RESPAUD.** -

Monsieur le Maire, je vous rejoins. C'est vrai qu'en apparence on a un Office de Tourisme sans problèmes avec une dotation assez forte de la Ville, d'ailleurs. Chaque année c'est entre 1,7 et 1,8 million d'euros et une capacité d'autofinancement accrue, comme cela a été dit, qui a été portée de 34% en 2006 à près de 60% cette année.

En fait je trouve que les chiffres sont mal formulés. La Ville perçoit aussi une taxe de séjour dans tous les hébergements de Bordeaux et les reverse intégralement à l'Office de Tourisme...

**M. DELAUX.** -

Non.

**M. RESPAUD.** -

... ou en très grande partie à l'Office de Tourisme...

**M. DELAUX.** -

Non.

**M. RESPAUD.** -

Je pense que cette taxe de séjour qui est perçue par la Ville, qui dépend de la Ville, notamment en ce qui concerne le taux, devrait être plus individualisée dans les comptes pour ne pas être confondue avec l'action autonome de l'Office, par exemple tout ce qui est organisé par l'Office de Tourisme en matière de visites de monuments, de vignobles, etc.

Parce qu'il y a aussi des signes de fragilité, Monsieur le Maire. C'est vrai que tous les chiffres qui nous sont donnés aujourd'hui partent depuis 2006...

**M. DELAUX.** -

On peut les faire partir d'avant, si tu veux...

**M. LE MAIRE.** -

M. DELAUX, vous répondrez à M. RESPAUD.

**M. RESPAUD.** -

... Depuis 2006 il y a eu une embellie jusqu'en 2010 / 2011, mais depuis il y a un certain tassement.

**M. LE MAIRE.** -

Eh oui. C'est vrai, on a changé de gouvernement depuis. C'est peut-être pour ça.

**M. RESPAUD.** -

Voilà. Et peut-être que c'est ça...

**M. LE MAIRE.** -

Oui, peut-être...

**M. RESPAUD.** -

Ça peut être une interprétation possible. En tout cas chaque fois que vous pouvez dénigrer le gouvernement vous le faites. Alors ce n'est pas là que vous allez vous arrêter. Je le comprends bien...

**M. LE MAIRE.** -

Vous, vous dénigrez le précédent. C'est match nul.

**M. RESPAUD.** -

Mais sachez, M. JUPPE, que depuis 2010, année où Sarkozy sévissait encore dans notre pays...

**M. LE MAIRE.** -

Voyez comment vous êtes... Je suis plus respectueux avec M. Hollande.

**M. RESPAUD.** -

... le nombre de visiteurs a diminué de 5%. Il y avait 753.000 visiteurs en 2010, on est...

**M. LE MAIRE.** -

Voilà un point qu'on n'avait pas encore mesuré. M. Sarkozy a fait baisser la fréquentation touristique à Bordeaux. Ça vient de sortir.

**M. RESPAUD.** -

M. JUPPE, je ne me permettrai pas de parler en même temps que vous... Il y a Internet, il y a un certain nombre de gens qui nous écoutent, donc...

**M. LE MAIRE.** -

Comme vous suscitez parfois le débat, M. RESPAUD, il faut l'accepter.

**M. RESPAUD.** -

Vous feriez mieux de m'écouter...

**M. LE MAIRE.** -

Religieusement.

**M. RESPAUD.** -

... parce que les rapports que vous présentez ne sont pas toujours à la hauteur des ambitions que vous pourriez avoir pour Bordeaux. Nous allons vous le prouver dans quelques mois.

Nombre de visites de la Ville de Bordeaux : on était à 21.000, etc. On est à moins 25%, 17.000. C'est les chiffres qui nous sont fournis ici.

Le nombre de visites de vignobles est aussi en diminution.

Le nombre de visites dans les monuments a légèrement augmenté. Ça je suis d'accord.

Mais ça veut dire qu'il y a, je ne vais pas parler de chiffres, mais il y a quand même un tassement dans la pratique touristique sur Bordeaux.

Certes, il y a la crise. Il y a des facteurs externes, vous en avez cité un, maintenant c'est François Hollande qui est Président de la République, bien sûr. Mais il faut être attentif aux évolutions. Il faut faire en sorte que Bordeaux soit ouverte à tous.

Vous avez certainement vu, Monsieur le Maire, la réalisation par l'Office de Tourisme du petit film qui a fait le tour du monde sur Facebook, qui met en avant un couple jeune, riche, qui s'adonne aux joies de Bordeaux et de la région bordelaise, qui montre bien que la tentation est grande chez un certain nombre à Bordeaux, peut-être chez vous-même, Monsieur le Maire, d'avoir uniquement, peut-être majoritairement mais peut-être uniquement un tourisme haut de gamme.

Et moi je souhaite que vous vous méfiez. Le tourisme populaire c'est aussi un facteur de développement économique pour notre ville. Je souhaiterais que vous ne l'oubliez pas. Merci.

**M. LE MAIRE.** -

M. DELAUX

**M. DELAUX.** -

Monsieur le Maire, nos collègues font toujours des exercices assez compliqués. C'est vrai que ça fait des Conseils Municipaux les uns derrière les autres que je vous entends parler de culture...

**M. RESPAUD.** -

Est-ce que mes chiffres sont faux ? Non ! Ce sont les chiffres que vous avez fournis !

**M. LE MAIRE.** -

Ne vous impatientez pas ! Vous êtes sanguin, M. RESPAUD. Du calme.

**M. RESPAUD.** -

Ne nous faites pas de procès d'intention.

**M. DELAUX.** -

Sur la culture vous feriez bien de vous méfier du décalage qu'il y a entre la perception des Bordelais et ce que vous dites de la culture ici dans cette enceinte.

Les Bordelais plébiscitent la politique culturelle de la Ville. Les spectacles sont pleins : le TNBA, l'Opéra, l'Orchestre, l'Auditorium... Voilà.

Pour le tourisme vous vous lancez dans un exercice qui est un peu du même niveau. Tout le monde voit ce qui se passe en matière de tourisme à Bordeaux. Il n'y a peut-être que vous qui ne voyez pas bien.

Les chiffres, on en a beaucoup. On vous les fera parvenir. Je ne veux pas rallonger trop ce soir.

Je voudrais d'abord vous dire que sur la taxe de séjour je n'ai pas bien compris votre intervention. La taxe de séjour est perçue par la Ville. Elle permet de payer un ensemble d'actions globalement dans le domaine du tourisme. Vous avez le rapport tous les ans dans le budget. Pour ce qui concerne l'Office de Tourisme, il perçoit une subvention dont le montant figure, qui est une partie de cette taxe de séjour.

Le reste ce sont des dépenses effectuées par la Ville au bénéfice de la filière touristique.

Pour ce qui concerne 2012, vous savez, il a un certain nombre de chiffres qui ne mentent pas, c'est la perception des nuitées taxées dans la Ville. L'augmentation des nuitées taxées dans la Ville de Bordeaux depuis 2001 est en progression constante. C'est le seul chiffre qui soit absolument indiscutable.

Vous pourrez voir qu'en 2012 l'étude MKG qui a été publiée mentionne que seule la Ville de Bordeaux parmi les grandes villes françaises, hors Paris, a vu son taux d'occupation de l'hôtellerie augmenter. Tous ces chiffres vous seront donnés dès demain.

Pour ce qui concerne les visites du vignoble, des monuments et autres, je voudrais attirer votre attention sur un point.

D'abord en 2013, vous allez voir sortir les chiffres, les visites de monuments ont spectaculairement augmenté puisqu'on est passé à 47.000. Donc voyez, par rapport aux chiffres que vous avez il y a une évolution considérable. Je vous donnerai ces chiffres.

Pour ce qui concerne le vignoble la croissance est spectaculaire. Ce qu'il faut voir c'est qu'à côté et avec l'Office de Tourisme se développent des entreprises privées, parce que comme je vous le disais tout à l'heure, nous sommes non seulement pour la création d'emplois mais nous sommes aussi favorables à ce que les emplois se créent dans les entreprises.

Il se trouve qu'aujourd'hui il y a beaucoup d'entreprises qui se créent dans le secteur vitivinicole : les châteaux, les entreprises de tourisme. Il progresse beaucoup dans son travail de prospection au niveau national et international. Je pourrai si vous le voulez vous donner aussi les niveaux cumulés.

J'en reviens à ce qui a été le fond de cette présentation pour ce qui me concerne, à savoir les croisières fluviales et le « Wine tourisme » que le maire vient d'évoquer. Cette croissance est absolument spectaculaire. Elle va irriguer tout le département.

D'ailleurs vos collègues du Conseil Général, M. RESPAUD, y sont très attentifs. Ils sont très intéressés par ce que fait la Ville de Bordeaux. J'ai avec eux des réunions constructives parce que la Ville de Bordeaux s'est équipée, s'est organisée pour accueillir ces bateaux de croisière fluviale et il faut aujourd'hui que dans le département, tous ensemble, on arrive à créer un dispositif d'accueil de qualité.

Je ne vais pas vous assommer de chiffres, je vous les enverrai. Je peux vous dire que malgré la crise qui effectivement est là, vous avez raison de le mentionner, d'ailleurs toutes les études qui viennent de ressortir sur 2013 font part des difficultés de l'hôtellerie en France en raison de la crise économique, comme dans la restauration, comme dans un certain nombre d'entreprises de transport, mais malgré ça la Ville de Bordeaux arrive à garder des indicateurs positifs, ce qui est bien sûr une très grande satisfaction.

Je pense que j'ai répondu.

**M. LE MAIRE.** -

Merci. Cette convention d'application est soumise à votre approbation.

Qui est contre ?

Qui s'abstient ?

Avec les non participations au vote que vous avez signalées. M. Saint-Marc a noté ça.

**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.

<i>DEPENSES</i>	<i>MONTANTS</i>	<i>RECETTES</i>	<i>MONTANTS</i>
<b>I ) COMMUNICATION / PROMOTION</b>	<b>460.000 €</b>	- Subvention Ville de Bordeaux	<b>1.795.000 €</b>
<b>II ) BUREAU VISITES GUIDEES &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 tower is illuminated, with its spire and windows glowing. The surrounding buildings are dark, with many windows lit up, creating a warm contrast against the cool twilight sky. The scene is captured from a low angle, looking up at the architecture.

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

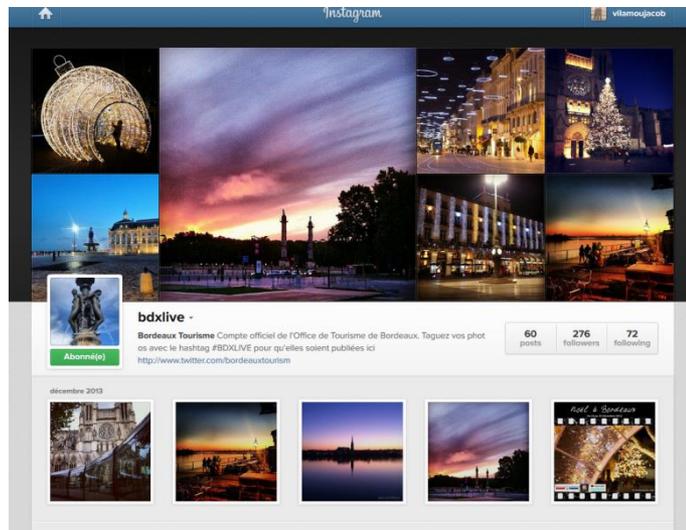
- **Transfert de l'activité de Bordeaux Monumental** au CIAP (Bordeaux Patrimoine Mondial) Place de la Bourse (février-mars)
- Privilégier le **recrutement de personnels qualifié parlant les langues suivantes** : allemand, portugais, chinois, japonais
- Création d'un **guide dédié à la clientèle famille** 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



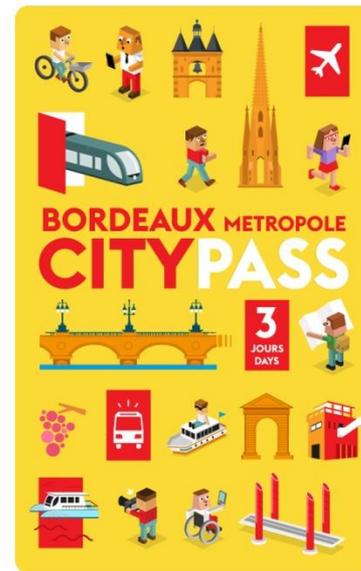
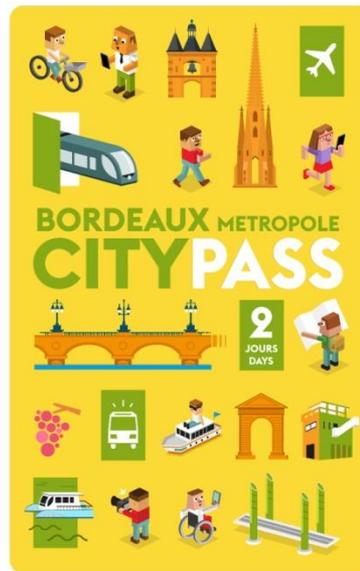
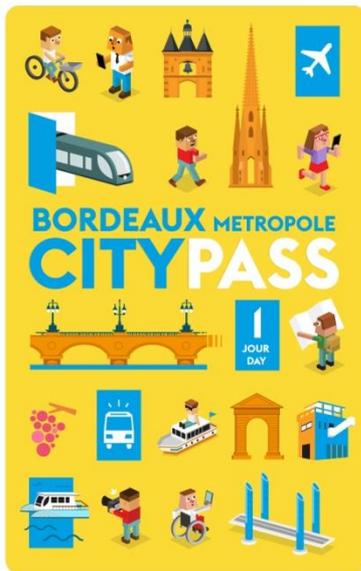
## 5- Commercialisation

## *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>	

**D-2014/32****"Bordeaux : la cité digitale pour tous". Subvention FEDER.  
Plan de financement actualisé. Approbation**

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

Mesdames, Messieurs,

La Ville a sollicité une subvention du FEDER (axe TIC) pour la mise en œuvre d'actions prévues dans le programme Cité Digitale, sur la base d'un plan de financement que vous aviez approuvé lors du Conseil municipal de septembre dernier.

Le Comité régional de programmation des fonds européens en Aquitaine, réuni le 13 décembre dernier, a accordé une subvention à hauteur de 400.000 €, moindre que celle sollicitée (500.000 €).

Afin de pouvoir finaliser une convention financière, il est nécessaire de valider le plan de financement actualisé, comme suit :

<b>Financeurs</b>	<b>Montant en €</b>	<b>%</b>
Union Européenne / FEDER	400.000,00 €	27,16%
Ville de Bordeaux	1.072.966,99 €	72,84%
<b>TOTAL H.T.</b>	<b>1.472.966,99 €</b>	

En conséquence, il vous est demandé, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir :

- approuver ce plan de financement actualisé
- autoriser Monsieur le Maire :
  - à signer tout document afférant à ce cofinancement
  - à procéder à son encaissement.

**ADOpte A L'UNANIMITE**

**D-2014/33**

**Adhésion Charte NetPublic. Demande d'autorisation.**

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

Mesdames, Messieurs,

Dans le cadre de son programme d'action Bordeaux Cité Digitale, la Ville de Bordeaux aborde le développement du numérique à travers plusieurs axes qui ont en commun l'amélioration du cadre de vie de ses habitants, l'interaction avec une population de plus en plus connectée, nomade et multi-écrans, la transmission des savoirs, le lien social, l'attractivité du territoire pour ses entreprises, mais aussi la performance organisationnelle et économique de la municipalité.

Le taux d'équipement ainsi que la connectivité des Bordelais à Internet a fortement évolué ces dernières années. Cependant, force est de constater que les usages autour du numérique et les technologies ont des cycles d'évolution tellement rapides que la fracture numérique reste une préoccupation pour les populations les plus fragiles et évolue vers une fracture d'usage et générationnelle.

Plusieurs directions ou établissements de la Ville, mais aussi des associations interviennent sur ce secteur de l'e-inclusion et proposent des équipements en libre accès, des ressources numériques mais aussi de l'accompagnement (atelier informatique, clubs seniors, espaces multimédia dans les bibliothèques, futur bus numérique).

Afin de renforcer et promouvoir ses actions, la Ville de Bordeaux souhaite adhérer à la Charte Net Public

La présente Charte s'inscrit dans la continuité des principes définis par la circulaire du 23 août 2001 relative à la mise en place des Espaces Publics Numériques (EPN) et par le Décret du 8 décembre 2003 portant création de la Délégation aux Usages de l'Internet pour une politique de l'accès public à l'Internet :

- Décentralisation et démarches de proximité, valorisation de l'action des collectivités territoriales ;
- Formation et participation de tous les citoyens à la maîtrise et à l'élaboration des services numériques ;
- Aide au développement des services numériques des collectivités et des administrations ;
- Promotion des Espaces Publics Numériques dans leurs missions d'accompagnement à l'Internet et la formation à la culture numérique.

L'objectif est d'identifier les lieux qui proposent une initiation et un accompagnement du public dans la découverte des multiples usages de l'Internet, de l'informatique et des outils numériques afin que chacun puisse trouver un service de proximité qui lui permette de se familiariser avec ces outils et leurs usages, afin de connaître leurs potentialités, et d'en maîtriser les risques

Ces objectifs étant également poursuivis par la Ville de Bordeaux, son adhésion à la Charte NetPublic est donc en adéquation avec son programme d'action ciblé sur le numérique.

Cette adhésion permettra également à la Ville de Bordeaux de :

- d'utiliser une signalétique unifiée reprenant la charte graphique « NetPublic » ;
- de s'associer aux cotés d'autres collectivités aux actions de l'État en faveur du développement des usages de l'Internet et du numérique ;
- favoriser la mise en place de centres interrégionaux de ressources et d'animation de réseaux, pour favoriser le fonctionnement des EPN par la mutualisation de leurs moyens ;
- faciliter l'initiation du public au sein des « EPN NetPublic » par l'élaboration du référentiel de compétences du « PIM » (Passeport pour l'Internet et le multimédia), dispositif de certification en ligne qui atteste de l'acquisition des compétences de base liées aux usages du numérique ;
- soutenir la formation des animateurs et responsables des « EPN NetPublic » notamment par la réalisation de tutoriels et de cours en ligne ;

- mettre à disposition des acteurs de l'accès public à l'Internet des instruments de référence communs, notamment l'annuaire géolocalisé des espaces d'accès publics à l'Internet, des guides juridiques, un portail de ressources dédiées aux animateurs ; ...
- faire bénéficier les espaces « NetPublic » des conditions tarifaires privilégiées prévues par les conventions de coopération conclues entre la Délégation aux Usages de l'Internet d'une part, et les entreprises partenaires du secteur des TIC, d'autre part, pour l'acquisition de matériels et de logiciels ou l'accès à des services utiles à leur fonctionnement.

L'adhésion à la Charte NetPublic est gratuite.

En conséquence, Mesdames et Messieurs je vous remercie de bien vouloir autoriser Monsieur le Maire à signer la Charte NetPublic.

**ADOpte A L'UNANIMITE**

**M. REIFFERS.** -

Monsieur le Maire, mes chers collègues, on peut peut-être voir ensemble les deux délibérations suivantes parce que finalement il s'agit de l'application du programme « Bordeaux, Cité Digitale » qui a déjà été adopté dans ce Conseil Municipal il y a quelques mois.

La délibération 32 est une modification du plan budgétaire. Nous avons prévu une participation à ce financement Bordeaux Cité Digitale du fonds FEDER à hauteur de 500.000 euros. Nous avons appris qu'il ne sera que de 400.000 euros. Ceci nous oblige à passer la modification qui est prévue dans le texte de la délibération.

Deuxième application du programme Bordeaux Cité Digitale : l'adhésion à une charte numérique « Charte Net public » permettant de labelliser les espaces publics numériques mis à disposition du public dans les bibliothèques, ateliers informatiques, ou dans d'autres lieux.

**M. LE MAIRE.** -

Merci.

Mme NOËL

**MME NOËL.** -

Sur la 33 pour indiquer que nous sommes favorables à l'adhésion à cette Charte Net Public qui vise à renforcer des actions pour tous dans le champ du numérique.

A cet égard nous constatons que la raison a fini par l'emporter. Nous avons noté que vous avez pérennisé in fine l'atelier informatique promis à disparition, au grand dam des utilisateurs qui ont fini par avoir gain de cause.

Un mot concernant ce développement du numérique pour souligner, c'est quand même important, que jeudi dernier 23 janvier l'Assemblée Nationale a enfin adopté une proposition de loi de compromis pour limiter l'exposition aux ondes électromagnétiques, encadrer davantage l'installation des antennes relais et réduire au minimum l'usage du Wi-Fi dans les écoles.

De nombreux habitants de Bordeaux, comme ceux qui se sont mobilisés rue Fondaudège, se féliciteront de cette loi en réponse aux préoccupations portant sur les ondes.

Nous regretterons avec eux que l'UMP se soit opposée à cette proposition de loi et se soit élevée contre des mesures qu'ils jugent « sans justification sanitaire bien établie ». Dont acte.

En tout état de cause cette loi constitue pour nous un début d'avancée. Elle prévoit une concertation à plusieurs niveaux lors de l'élaboration d'équipements radioélectriques, et l'interdiction des boîtiers Wi-Fi dans les crèches et dans les garderies.

Elle permettra que peu à peu le développement du numérique que nous appelons également de nos vœux se fasse dans le respect de la santé, santé qui exigera la plus grande vigilance face aux opérateurs et aux développements qui sont souvent peu maîtrisés.

**M. LE MAIRE.** -

Merci. Pas d'autres remarques ?

M. REIFFERS

**M. REIFFERS.** -

Juste pour dire que pour l'atelier informatique les rumeurs de fermeture ont été très exagérément émises. De ce point de vue-là les choses sont maintenant réglées. L'atelier fonctionne de façon satisfaisante.

Sur le deuxième point, je ne sais pas à quoi vous faites allusion mais il est prévu que le Wi-Fi soit éteint lorsque les tableaux numériques seront utilisés dans les écoles.

**M. LE MAIRE.** -

On verra ce que dit la loi lorsqu'elle sera votée, ce qui n'est pas le cas encore aujourd'hui.

Je renouvelle ma question : y a t-il des oppositions ou des abstentions sur ces 2 délibérations ?

Je n'en vois pas.



## Charte « NetPublic »

Entre l'État, représenté par Bernard BENHAMOU, Délégué aux Usages de l'Internet, Délégation aux usages de l'Internet, Ministère chargé de l'Innovation, des PME et de l'Économie numérique

Et

.....

Il est convenu ce qui suit :

### PRÉAMBULE

#### ♦ Réduire les inégalités numériques entre les citoyens

Plus des trois quarts des foyers français sont connectés à l'Internet et 46 % des Français utilisent désormais l'Internet sur les terminaux mobiles. Cependant, une part importante de la population éprouve encore des difficultés à maîtriser les technologies et les services de l'Internet. Or la maîtrise des usages numériques est devenue essentielle aux activités sociales, culturelles et économiques des citoyens qu'il s'agisse en particulier de la recherche d'emploi, ou des démarches administratives.

La fracture numérique a pris de nouvelles formes. Désormais, il existe aussi une fracture dans les usages de l'Internet entre les personnes qui retirent des bénéfices sociaux, culturels ou économiques de l'Internet et celles qui ne maîtrisent que les aspects ludiques de ces technologies. Cette nouvelle forme de fracture numérique peut avoir de multiples origines qu'elles soient socio-économiques, générationnelles ou encore culturelles en particulier en raison de défauts de maîtrise de la langue française.

À mesure que se développent de nouveaux services en ligne, et qu'apparaissent de nouvelles générations d'objets connectés, cette disparité culturelle dans les usages pourrait devenir préjudiciable au développement de notre société tant sur le plan économique que sur le plan culturel.

Le développement d'espaces dédiés à l'accompagnement du grand public à l'Internet et à ses usages est l'un des moyens essentiels sur lesquels doivent s'appuyer les acteurs publics pour réduire les inégalités numériques.

**♦ Renforcer le partenariat entre l'État et les collectivités territoriales pour le développement et la promotion d'Espaces Publics Numériques.**

La présente Charte s'inscrit, dans la continuité des principes définis par la circulaire du 23 août 2001 relative à la mise en place des Espaces Publics Numériques (EPN), le Décret du 8 décembre 2003 portant création de la Délégation aux Usages de l'Internet » pour une politique de l'accès public à l'Internet :

- > Décentralisation et démarches de proximité, valorisation de l'action des collectivités territoriales ;
- > Formation et participation de tous les citoyens à la maîtrise et à l'élaboration des services numériques ;
- > Aide au développement des services numériques des collectivités et des administrations ;
- > Promotion des Espaces Publics Numériques dans leurs missions d'accompagnement à l'Internet et la formation à la culture numérique.

Les EPN sont l'un des instruments majeurs de la politique d'accès public à l'Internet. En effet, la création et le succès de ces espaces nécessitent de prendre en compte les besoins des populations, de leur appropriation des usages de l'Internet, des nouveaux services et outils du numérique, ainsi que des ressources locales disponibles. Les collectivités territoriales sont ainsi les premiers architectes du développement numérique des territoires, de l'accompagnement des usages, et du fonctionnement des Espaces Publics Numériques. Elles prennent les initiatives nécessaires à l'ouverture des EPN, à leur mise en réseau, à leur dotation en ressources et à leur bon fonctionnement, et veillent à les articuler avec un projet de développement local. Cela, afin de les aider à mieux les intégrer dans l'écosystème local et leur permettre de participer à de nouvelles missions au service des territoires.

L'État accompagne les initiatives visant à généraliser l'appropriation des technologies de l'information et de la communication par tous. Il intervient afin d'assurer l'égalité territoriale en matière d'accès public à l'Internet, de garantir la qualité des projets et des services proposés dans les EPN, de favoriser une appropriation raisonnée et créative de ces nouveaux outils.

L'État et les collectivités territoriales souhaitent renforcer leur partenariat pour œuvrer plus efficacement en faveur de la généralisation de l'accès à l'Internet et de la diffusion de ses usages à travers le développement d'Espaces Publics Numériques présentant les caractéristiques suivantes :

- Les EPN proposent des accès à l'Internet, ainsi qu'un accompagnement qualifié pour favoriser l'appropriation des technologies et des usages de l'Internet fixe et mobile.
- Les EPN sont des centres de ressources pour le développement numérique des territoires. Ils mettent à disposition des équipements. Ils proposent des méthodes d'accompagnement de projets coopératifs. Ils organisent des ateliers et des parcours d'initiation accessibles à l'ensemble des citoyens.

- Les EPN sont des lieux d'expérimentation et de diffusion des nouveaux services et usages liés au numérique, ainsi que des lieux d'animation de projets collaboratifs de proximité (co-construction, participation, partenariats, etc.). Les EPN peuvent aussi développer des activités liées aux technologies de fabrication numérique de proximité via des « Fablabs » ou laboratoires de fabrication numérique. Les EPN peuvent aussi organiser des actions visant à développer la maîtrise des informations issues des administrations et des entreprises pour permettre aux citoyens de créer les nouveaux services dont ils auront besoin au quotidien (dans le cadre d'« InfoLabs »).

#### L'État et les collectivités

- assurent la promotion de ces espaces en améliorant leur visibilité et celle de leurs activités afin de permettre à l'ensemble des citoyens d'en bénéficier.
- s'attachent à les intégrer aux politiques de développement numérique des territoires, mais aussi aux politiques économiques, sociales, éducatives, culturelles en particulier dans le domaine de l'emploi et du développement durable.

#### **CHARTE « NETPUBLIC » (Internet pour tous)**

Les deux parties s'accordent pour adopter en commun la présente charte « NETPUBLIC » (téléchargeable sur le site de la Délégation aux usages de l'Internet (<http://delegation.internet.gouv.fr/netpublic>), dans l'objectif de promouvoir, de manière concertée, à travers une labellisation nationale, les espaces publics numériques répondant aux critères énoncés ci-dessous.

#### **◆ Critères d'attribution du label NETPUBLIC**

Les « EPN NetPublic » sont des organismes à but non lucratif qui assurent une mission d'intérêt général d'accompagnement des usages et des innovations. Ils sont des centres de ressources pour les territoires et des espaces de formation et d'expérimentation facilitant la maîtrise et la création de nouveaux usages. Ils s'adressent à l'ensemble des publics dans une perspective de réduction de la fracture numérique et s'inscrivent dans une dynamique socio-économique, culturelle et durable.

Ils doivent s'inscrire dans le cadre de l'annuaire géolocalisé<sup>1</sup> sur le portail NetPublic ou sur la web application mobile MonEPN<sup>2</sup>

Ces espaces mettent en œuvre les politiques publiques :

- de lutte contre les inégalités numériques : accompagnement des nouveaux acquéreurs d'équipements informatiques fixes et mobiles dans le cadre d'actions de type « Internet accompagné » ou intégrant le don d'ordinateurs reconditionnés,
- de développement des services numériques : formation des parents d'élèves à l'utilisation des environnements numériques de travail (ENT) etc.
- de développement de la culture numérique : éducation scientifique et technique, lecture numérique, innovation, économie numérique (FabLabs) etc.

<sup>1</sup> <http://www.netpublic.fr/net-public/espaces-publics-numeriques/repertoire-national/>

<sup>2</sup> <http://www.m.monepn.org>

## 1/ Les populations concernées

Les espaces labellisés « EPN NetPublic » sont des lieux ouverts à tous (familles, enfants et grand public), et prioritairement aux personnes qui ne disposent pas d'un accès à l'Internet ou restent éloignés des technologies de l'information pour des raisons générationnelles, culturelles ou économiques.

Ils favorisent l'accès et la formation à l'Internet des personnes handicapées. Ils développent des actions ciblées à destination de publics qui restent éloignés de l'Internet, (personnes âgées, foyers défavorisés...).

Ils adaptent leur accueil et leurs actions aux besoins des populations de leurs territoires grâce à l'intégration dans les projets de développement local ou par des actions de partenariat avec les acteurs locaux.

Les partenariats avec les différents acteurs sociaux, culturels, éducatifs, économiques, institutionnels du territoire sont vivement encouragés pour atteindre ces objectifs de développement numérique durable du territoire avec le concours et au bénéfice de la population.

## 2/ Les moyens

Les EPN labellisés NetPublic disposent d'ordinateurs et d'outils connectés à l'Internet ainsi que des équipements techniques et pédagogiques adaptés à leurs projets et à leurs actions (vidéoprojection, mobiles, le cas échéant imprimante 3D, etc.).

Les EPN labellisés NetPublic proposent à leurs usagers un accompagnement personnel ou collectif assuré par un personnel qualifié disposant des compétences techniques, éducatives et pédagogiques nécessaires. Les animateurs-médiateurs numériques ainsi que les responsables, de ces espaces reçoivent une formation adaptée.

## 3/ L'initiation et la découverte de la culture numérique

Les espaces labellisés veillent à garantir une formation numérique de proximité (dans ou hors les murs) associée à des temps forts de mobilisation (fête de l'Internet, Jeux en réseau, festivals numériques, FabLabs) qui va de l'alphabétisation à une véritable appropriation citoyenne. Ils assurent prioritairement l'initiation des débutants aux compétences de base nécessaires à l'utilisation des équipements informatiques fixes ou mobiles. Ils permettent de découvrir les ressources multimédias et les principaux services de l'Internet en accompagnant progressivement les usagers. Ils visent par des temps d'éducation informelle et d'échanges de savoir-faire à la maîtrise autonome et responsable de ces technologies. Ces espaces ont ainsi pour objectif de permettre aux usagers de l'Internet d'être sensibilisés aux enjeux et aux bénéfices de la maîtrise de l'Internet mais également aux moyens d'éviter les risques notamment pour les plus jeunes publics.

Les EPN ont aussi pour mission d'initier à l'usage des terminaux mobiles notamment grâce aux applications d'intérêt général du portail Proxima Mobile qui permettront, y compris aux primo-utilisateurs, de découvrir les services de l'Internet mobile.

## 4/ Le développement des usages

Les espaces labellisés sont des lieux d'appropriation de l'Internet et des outils numériques qui associent initiation et usage pour une véritable formation par la découverte et l'expérimentation.

Au-delà des services de base de l'Internet, les espaces labellisés expérimentent et promeuvent les usages publics, notamment pour l'accès au savoir et à la culture, à l'histoire des arts, aux livres électroniques, aux bases de données documentaires, etc. Ils permettent également de s'initier aux bases de l'éducation scientifique et technique

(programmation informatique, robotique, technologies de fabrication numérique (FabLabs). Les « EPN NetPublic » sont aussi des lieux d'information sur les services et les technologies qui facilitent la vie quotidienne (services et technologies de la maîtrise de l'énergie et du développement durable, services liés au tourisme et à la valorisation du territoire, services liés à la santé et en particulier à la prévention, etc.). Les « EPN NetPublic », grâce à l'accès aux ressources du portail netemploi.fr, accompagnent aussi à la recherche de formation et d'emploi sur Internet. Ils permettent enfin de se familiariser aux services de l'administration électronique sur ordinateur et sur les terminaux mobiles.

Ils contribuent à la réalisation de projets collaboratifs de proximité destinés à faciliter l'appropriation des technologies numériques par le grand public. Ils assurent ainsi la conduite de projets numériques liés au développement local qui permettent de réunir les familles, les jeunes, les scolaires ainsi que les personnes âgées ou isolées.

### 5/L'environnement

Les Espaces Publics Numériques labellisés sont des centres de ressources ouverts souvent adossés à des équipements publics ou privés existants (bibliothèque, médiathèque, mairie, école, maison de quartier, centre culturel, centre social, maisons du handicap etc.), et ce dans une optique d'enrichissement mutuel. Ils privilégient aussi des partenariats avec des acteurs locaux publics ou privés, ainsi que des dispositifs itinérants et des antennes de proximité. Ils développent aussi des ressources en ligne ainsi que des activités événementielles par exemple lors de la réalisation de projets dans les quartiers, les établissements scolaires, le secteur associatif, etc.

Leur action s'inscrit dans le cadre des politiques territoriales de développement numérique, de développement durable (Agenda 21), de développement culturel et économique.

À l'échelle des territoires, la mutualisation des ressources et moyens des EPN est encouragée, ainsi que leur fonctionnement en réseau.

#### **◆ Adhésion à la charte « NETPUBLIC » (Internet pour tous)**

Toute collectivité territoriale peut adhérer à la charte. Elle en adresse une copie signée au Préfet de Région et signale les espaces labellisés dans la base nationale des lieux d'accès public à l'Internet, gérée par la Délégation aux usages de l'Internet (<http://delegation.internet.gouv.fr/bddui/api/accespublic/index.php>).

Les dispositions de la présente charte sont également applicables, aux Établissements Publics de Coopération Intercommunale (EPCI), ainsi qu'aux « pays » qui en font la demande.

De la même manière, les organismes publics ou associatifs assurant une mission d'intérêt général en matière d'accès public à l'Internet et aux technologies numériques peuvent adhérer à la Charte.

Seuls les collectivités et organismes adhérents peuvent concéder le droit de bénéficier du label NetPublic aux EPN de leur ressort qui répondent aux critères mentionnés ci-dessus.

À titre exceptionnel, le label peut être attribué, sur proposition de l'État ou des collectivités, à des opérations d'intérêt commun en lien avec les activités développées par les « EPN NetPublic ».

#### ◆ Engagement de l'État

L'État s'engage à :

- promouvoir la charte « NetPublic » ;
- permettre aux collectivités adhérentes d'utiliser une signalétique unifiée reprenant la charte graphique « NetPublic » ;
- associer les collectivités aux actions de l'État en faveur du développement des usages de l'Internet et du numérique ;
- favoriser la mise en place de centres interrégionaux de ressources et d'animation de réseaux, pour favoriser le fonctionnement des EPN par la mutualisation de leurs moyens ;
- faciliter l'initiation du public au sein des « EPN NetPublic » par l'élaboration du référentiel de compétences du « PIM » (Passeport pour l'Internet et le multimédia), dispositif de certification en ligne qui atteste de l'acquisition des compétences de base liées aux usages du numérique ;
- soutenir la formation des animateurs et responsables des « EPN NetPublic » notamment par la réalisation de tutoriels et de cours en ligne ;
- mettre à disposition des acteurs de l'accès public à l'Internet des instruments de référence communs, notamment l'annuaire géolocalisé des espaces d'accès publics à l'Internet, des guides juridiques, un portail de ressources dédiées aux animateurs ; ...
- faire bénéficier les espaces « NetPublic » des conditions tarifaires privilégiées prévues par les conventions de coopération conclues entre la Délégation aux Usages de l'Internet d'une part, et les entreprises partenaires du secteur des TIC, d'autre part, pour l'acquisition de matériels et de logiciels ou l'accès à des services utiles à leur fonctionnement.

Fait en deux exemplaires originaux, à le

<p><i>(collectivité ou organisme signataire de la charte)</i></p>	 <p><b>Bernard BENHAMOU</b></p> <p>Délégué aux usages de l'Internet Ministère délégué chargé de l'Innovation, des PME et de l'Économie numérique</p>
---	--

## - ANNEXE -

### Informations sur la charte et le label NetPublic

a) La charte NetPublic est co-signée, d'une part, par le ministre chargé des technologies de l'information et de la communication ou son représentant, d'autre part par :

- les associations représentatives des collectivités territoriales (AMF, ADF, ...);
- toute collectivité territoriale, quel qu'en soit le niveau, qui estime que la politique d'accès et d'initiation du public à l'Internet et à ses usages qu'elle met en œuvre sur son territoire est en adéquation avec les principes édictés dans la charte ;
- un organisme public ou associatif qui assure une mission d'intérêt général en faveur de l'accès public à l'Internet ;

b) La collectivité ou l'organisme signataire

- envoie un exemplaire de la charte signée à la Préfecture de Région (à l'attention du chargé de mission TIC du Secrétariat Général pour les Affaires Régionales) qui en communique une copie à la Délégation aux Usages de l'internet ;

- enregistre son adhésion dans la base des signataires de la charte dans le Répertoire de l'accès public à l'Internet.

L'enregistrement d'une collectivité territoriale (*validé en ligne par la Délégation aux usages de l'Internet*) génère l'ouverture d'un compte d'administrateur de la base des lieux d'accès public à l'Internet lui permettant de gérer directement et d'extraire les données concernant les espaces de son territoire (*les paramètres du compte sont envoyés par courriel à l'adresse mentionnée dans la fiche enregistrée*).

c) La collectivité territoriale ou l'organisme adhérent à la charte décide d'attribuer le label aux espaces publics numériques de son ressort qui respectent les conditions fixées par la charte, globalement ou au cas par cas.

Si un espace souhaite être labellisé, il en adresse la demande à la collectivité ou à l'organisme de rattachement qui peut décider d'adhérer à la charte, si ce n'est pas déjà le cas.

Les espaces ainsi labellisés sont signalés directement dans la base nationale des lieux d'accès public à l'Internet par la collectivité ou l'organisme adhérent à la charte. Ils reçoivent leurs identifiants leur permettant d'accéder aux ressources et services réservés aux espaces NetPublic.

d) La signalétique commune NetPublic, mise à disposition par l'État, est adoptée par l'ensemble des espaces labellisés. Ce signallement commun, destiné à promouvoir les espaces auprès du public, vise également à fédérer les réseaux d'espaces, nationaux et territoriaux, sous un label commun, sans que cela implique de renoncer à leurs appellations propres.

*Téléchargement du texte de la charte et du logo NETPUBLIC, informations sur la charte et le label, accès aux ressources et services, Répertoire de l'accès public à l'Internet : site Délégation aux usages de l'Internet / NETPUBLIC <http://delegation.internet.gouv.fr/netpublic>*

<http://delegation.internet.gouv.fr/netpublic>

<http://delegation.internet.gouv.fr/netpublic>