



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL DE BORDEAUX METROPOLE

Délibération

Séance publique du 12 février 2016

N° 2016-53

Convocation du 5 février 2016

Aujourd'hui vendredi 12 février 2016 à 09h30 le Conseil de Bordeaux Métropole s'est réuni, dans la salle du Conseil sous la présidence de Monsieur Alain JUPPE, Président de Bordeaux Métropole.

ETAIENT PRESENTS :

Mme Emmanuelle AJON, M. Dominique ALCALA, M. Alain ANZIANI, M. Erick AOUIZERATE, Mme Léna BEAULIEU, Mme Maribel BERNARD, Mme Odile BLEIN, M. Patrick BOBET, M. Jean-Jacques BONNIN, M. Guillaume BOURROUILH-PAREGE, M. Jacques BOUTEYRE, Mme Marie-Christine BOUTHEAU, M. Nicolas BRUGERE, Mme Virginie CALMELS, M. Alain CAZABONNE, Mme Chantal CHABBAT, M. Gérard CHAUSSET, Mme Solène CHAZAL-COUCAUD, M. Max COLES, Mme Brigitte COLLET, M. Jacques COLOMBIER, Mme Emmanuelle CUNY, M. Alain DAVID, M. Jean-Louis DAVID, Mme Nathalie DELATTRE, Mme Michèle DELAUNAY, M. Stéphan DELAUX, M. Arnaud DELLU, Mme Laurence DESSERTINE, M. Gérard DUBOS, M. Michel DUCHENE, M. Christophe DUPRAT, Mme Michèle FAORO, M. Vincent FELTESSE, Mme Véronique FERREIRA, M. Marik FETOUEH, M. Jean-Claude FEUGAS, M. Nicolas FLORIAN, Mme Florence FORZY-RAFFARD, M. Philippe FRAILE MARTIN, M. Guillaume GARRIGUES, M. Max GUICHARD, M. Jacques GUICHOUX, M. Daniel HICKEL, M. Pierre HURMIC, Mme Anne-Lise JACQUET, Mme Martine JARDINE, M. Franck JOANDET, M. Bernard JUNCA, M. Alain JUPPE, Mme Andréa KISS, M. Michel LABARDIN, M. Pierre LOTHaire, Mme Emilie MACERON-CAZENAVE, M. Jacques MANGON, M. Eric MARTIN, Mme Claude MELLIER, M. Thierry MILLET, M. Jacques PADIE, Mme Christine PEYRE, Mme Arielle PIAZZA, Mme Dominique POUSTYNNIKOFF, M. Benoît RAUTUREAU, M. Franck RAYNAL, Mme Marie RECALDE, M. Fabien ROBERT, M. Clément ROSSIGNOL-PUECH, Mme Karine ROUX-LABAT, M. Alain SILVESTRE, M. Kévin SUBRENAT, Mme Brigitte TERRAZA, Mme Anne-Marie TOURNEPICHE, M. Serge TOURNERIE, Mme Elisabeth TOUTON, M. Thierry TRIJOULET, M. Alain TURBY, M. Jean-Pierre TURON, M. Michel VERNEJOUL, Mme Agnès VERSEPUY, Mme Marie-Hélène VILLANOYE, Mme Anne WALRYCK.

EXCUSE(S) AYANT DONNE PROCURATION:

Mme Gladys THIEBAULT à Mme Dominique POUSTYNNIKOFF
M. Jean-Pierre GUYOMARC'H à Mme Brigitte COLLET
M. Patrick PUJOL à M. Alain TURBY
M. Jean TOUZEAU à M. Alain DAVID
Mme Béatrice DE FRANÇOIS à M. Gérard DUBOS
M. Michel HERITIE à Mme Michèle DELAUNAY
M. Jean-Jacques PUYOBRAU à M. Michel VERNEJOUL
Mme Josiane ZAMBON à Mme Andréa KISS
Mme Isabelle BOUDINEAU à Mme Anne-Marie TOURNEPICHE
Mme Anne BREZILLON à M. Nicolas BRUGERE
Mme Sylvie CASSOU-SCHOTTE à M. Gérard CHAUSSET
M. Didier CAZABONNE à M. Alain CAZABONNE
Mme Anne-Marie CAZALET à Mme Emmanuelle CUNY
M. Yohan DAVID à Mme Nathalie DELATTRE
Mme Magali FRONZES à M. Marik FETOUEH
Mme Dominique IRIART à M. Guillaume GARRIGUES
Mme Conchita LACUEY à Mme Marie RECALDE
M. Bernard LE ROUX à Mme Emmanuelle AJON
Mme Anne-Marie LEMAIRE à Mme Chantal CHABBAT
Mme Zeineb LOUNICI à M. Eric MARTIN
M. Pierre De Gaétan NJIKAM MOULIOM à Mme Arielle PIAZZA
M. Michel POIGNONEC à M. Jean-Jacques BONNIN
Mme Christine BOST à M. Serge TOURNERIE

PROCURATION(S) EN COURS DE SEANCE :

M. Alain ANZIANI à Mme Véronique FERREIRA jusqu'à 10h10
M. Christophe DUPRAT à M. Michel DUCHENE jusqu'à 12h15
M. Patrick BOBET à Mme Agnès VERSEPUY à partir de 12h00
Mme Anne-Lise JACQUET à M. Dominique ALCALA jusqu'à 10h45
M. Max COLES à Mme Anne WALRYCK jusqu'à 11h40
M. Kévin SUBRENAT à M. Daniel HICKEL jusqu'à 11h40
M. Jean-Pierre TURON à M. Vincent FELTESSE jusqu'à 10h45
M. Erick AOUIZERATE à Mme Maribel BERNARD à partir de 11h10
Mme Solène CHAZAL à Mme Marie-Hélène VILLANOYE à partir de 11h15
M. Nicolas FLORIAN à Mme Florence FORZY-RAFFARD jusqu'à 12h15
M. Jacques GUICHOUX à M. Guillaume BOURROUILH-PAREGE à partir de 12h25
Mme Martine JARDINÉ à M. Arnaud DELLU à partir de 10h20
Mme Emilie MACERON-CAZENAVE à M. Bernard JUNCA à partir de 11h20
M. Benoît RAUTUREAU à M. Franck RAYNAL jusqu'à 10h35
M. Alain SILVESTRE à Mme Karine ROUX-LABAT à partir de 12h00
M. Thierry TRIJOULET à Mme Brigitte TERRAZA jusqu'à 12h20

EXCUSE(S) EN COURS DE SEANCE :

M. Jacques COLOMBIER à partir de 12h10

LA SEANCE EST OUVERTE

 BORDEAUX MÉTROPOLE	Conseil du 12 février 2016 Direction générale Valorisation du territoire Mission tourisme	Délibération N° 2016-53
--	---	--

Bordeaux Métropole - Convention cadre triennale de partenariat 2016-2018 entre Bordeaux Métropole et l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTC) - Convention de partenariat 2016 entre Bordeaux Métropole et l'OTC - Convention de partenariat 2016 entre Bordeaux Métropole et le Grand port maritime de Bordeaux pour l'opération Cruise Bordeaux - Subvention - Convention - Décision - Autorisation

Madame Virginie CALMELS présente le rapport suivant,

Mesdames, Messieurs,

Avec près de 6 millions de visiteurs accueillis sur la Métropole bordelaise en 2014, le tourisme représente un secteur stratégique, pourvoyeur d'emploi et un soutien dynamique à la croissance économique locale.

Depuis le 1er janvier 2015, Bordeaux Métropole est l'autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble de l'agglomération.

La loi de Modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (MAPTAM) du 27 janvier 2014 prévoit en effet le transfert à la Métropole de la compétence relative à la "promotion du tourisme, dont création d'offices de tourisme métropolitains".

La délibération n°2015/0343 du Conseil métropolitain du 26 juin 2015 a acté la création d'un office de tourisme et des congrès métropolitain (OTC).

Une partie des missions transférées à la Métropole sera mise en œuvre par l'OTC, notamment les actions d'accueil, de promotion et d'information touristique.

I - Une organisation au service du développement touristique de l'agglomération et du rayonnement métropolitain

Avec la prise de compétence tourisme, et pour répondre aux enjeux de la métropolisation, une Mission tourisme et rayonnement métropolitain est créée au sein de l'Etablissement public de coopération intercommunale (EPCI) Bordeaux Métropole.

Elle a pour objectif de valoriser les filières touristiques, de structurer et qualifier l'offre et de donner une dimension métropolitaine à la stratégie touristique dans sa conception et sa mise en œuvre, par un travail de collaboration avec ses partenaires clés institutionnels (l'OTC, le Comité régional de tourisme d'Aquitaine (CRTA), Gironde tourisme, la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux (CCIB), le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB), le Grand port maritime de Bordeaux (GPMB) et les

professionnels du tourisme ; mais aussi en étroite collaboration avec les autres directions concernées de Bordeaux Métropole (développement économique, nature, communication, mobilité...).

Les actions de cette Mission doivent mettre en synergie les différents équipements et centres d'intérêts du territoire, permettant ainsi d'intensifier la circulation des touristes et des habitants, de renforcer le maillage métropolitain, et de créer ainsi des résonances entre les différentes formes de tourisme.

Cinq filières prioritaires sont identifiées :

- l'oenotourisme
- le tourisme d'affaires et de congrès
- le tourisme fluvial et de croisières
- le tourisme urbain et patrimonial
- le « tourisme intérieur et de proximité » qui intègre en plus des activités touristiques stricto sensu, les activités de loisir, culturelles, sportives, d'itinérance et de mobilité, à destination des habitants métropolitains et à ceux des territoires voisins orientés vers les espaces naturels et sauvages.

Par ailleurs, la Mission tourisme et rayonnement métropolitain concourt à la mise en œuvre de grands événements culturels, sportifs et festifs qui participent au rayonnement et à l'attractivité du territoire et intervient en :

- soutien à des événements existants, structurant pour le territoire comme Bordeaux Fête le Vin, Bordeaux Fête le Fleuve ou Bordeaux So Good,
- accompagnement à des événements à caractère métropolitain avéré dans le cadre d'un co-pilotage communal et métropolitain, qu'ils soient récurrents comme le marathon Bordeaux Métropole ou exceptionnels comme l'organisation des festivités autour de l'Euro 2016,
- pilotage d'événements Bordeaux Métropole comme l'Eté métropolitain qui propose une offre culturelle, artistique et patrimoniale pendant la période des vacances estivales autour d'une programmation originale qui permet d'associer l'ensemble des communes du territoires autour de valeurs communes d'attractivité, de cohésion sociale et de mobilité structurelle, artistique et sociale.

Elle a de même pour finalité d'initier et de mettre en œuvre un programme de valorisation d'œuvres contemporaines dans le cadre de la commande artistique Tramway et Garonne sur l'ensemble de la Métropole pour ses habitants et visiteurs : *La maison aux personnages*, d'Ilyya et Emilia Kabakov (Bordeaux) ; *Les Fées*, d'Antoine Dorotte (Bassens) ; *Pantalon de jogging et mocassins à pampilles*, de Daniel Dewar et Gregory Gicquel (Mérignac) ; *Commence alors la grande lumière du Sud-Ouest*, de Pascal Convert (Bègles)...

Elle développe également un concept novateur de Refuges périurbains qui a pour but de mettre en valeur le territoire périurbain de la Métropole bordelaise, de découvrir une richesse paysagère insoupçonnée et d'y développer l'itinérance.

Chaque création est unique et est conceptualisée à partir de l'environnement dans lequel elle se trouve.

Il existe actuellement 7 refuges :

- Parc du Bourgailh à Pessac : Refuge le Tronc Creux
- Parc de Mandavit à Gradignan : Refuge le Hamac
- Parc des Rives d'Arçins à Bègles : Refuge les Guetteurs
- Domaine de la Burthe à Floirac : Refuge la Belle étoile
- Parc de l'Ermitage à Lormont : Refuge le Nuage
- Parc de Catefrêne à Ambès : Refuge la Vouivre
- Tertre de Panoramis à Bassens : La Nuit américaine

Quatre nouveaux Refuges sont en projets pour les prochaines années.

De nouvelles actions pourront être développées en fonction du renforcement de la compétence « tourisme » au sein de la Métropole à court ou moyen terme.

II - L'OTC, partenaire privilégié de la Métropole pour le déploiement d'une stratégie touristique d'agglomération sur l'ensemble du territoire

Le 24 juin 2015, la Métropole a pris, à l'unanimité, une délibération actant la création d'un Office de tourisme et des congrès métropolitain (OTC).

La création d'un Office de tourisme et des congrès métropolitain présente une réelle opportunité permettant de valoriser l'image de marque et le développement économique de la Métropole, tout en participant au développement de chaque commune, apportant un éclairage supplémentaire sur les richesses et la diversité touristique patrimoniale et naturelle du territoire dans son ensemble.

L'Assemblée générale extraordinaire de l'office du tourisme de Bordeaux, association loi 1901 à but non lucratif, a voté le 24 mars 2015 les nouveaux statuts de l'OTC, précisant ses missions :

- Assurer la promotion touristique nationale et internationale de la Métropole bordelaise ainsi que l'accueil et l'information des touristes
- Assurer la valorisation de l'offre de tourisme de proximité et représenter un véritable relai pour les communes de la Métropole
- Mettre en place un observatoire touristique, afin de se doter d'un outil performant d'aide à la décision, en vue de contribuer à son expansion économique, sociale et culturelle de Bordeaux Métropole
- Fédérer et animer les acteurs du tourisme
- Promouvoir et développer l'offre tourisme d'affaires,
- Développer des filières spécifiques : croisières maritimes et fluviales, oenotourisme, nature, itinérance et circulations douces
- Valoriser les grands évènements structurants (Bordeaux Fête le vin, l'Euro...).

La convention cadre pour la période 2016-2018 fixe les modalités du partenariat entre Bordeaux Métropole et l'OTC.

III - Plan d'action 2016 de l'OTC

Grands axes et stratégie promotionnelle

CHANTIERS MAJEURS EN 2016

- Mise en place de la dynamique métropolitaine en matière de tourisme
- Plateforme oenotouristique de La Cité du vin, création du nouveau site internet www.bordeauxwinetrip.com
- Tourisme maritime et fluvial, création du site internet www.cruise-bordeaux.com
- Refonte complète des supports professionnels (Meeting Guide, Travel Planner)
- Mise en place d'un observatoire économique dédié au tourisme
- Renforcement de la stratégie promotionnelle à l'international
- Tourisme d'affaires, réflexion stratégique sur les moyens de renforcer l'attractivité de la destination (plan marketing...)

DYNAMIQUE METROPOLITAINE

- Plusieurs chantiers seront abordés dont la nature, l'itinérance et les déplacements doux sur la Métropole
- Dispositifs d'informations Mairies en cours de réflexion (présentoirs et accueil mobile)
- Valorisation de l'événementiel métropolitain auprès des habitants
- Outils de communication :
 - Adaptation du site de l'Office de tourisme au périmètre métropolitain et ajout de pages dédiées au tourisme d'affaires
 - Réalisation d'une brochure «tourisme & loisirs» destinée aux habitants de la Métropole
- Valorisation du Bordeaux Métropole City Pass

Stratégie et actions de promotion

STRATEGIE 2016

- Placer la marque «Destination Bordeaux» au cœur de son territoire, travailler en synergie avec le CRT Aquitaine, l'Aéroport, le Port, Gironde tourisme... (contrat de Destination)
- Favoriser les synergies du «portefeuille de marques internationales» (Bassin Arcachon, St Émilion, Médoc, Cognac, Lascaux, Biarritz-Pays Basque...)
- Intégrer systématiquement la composante tourisme d'affaires
- Placer La Cité du vin au cœur de la stratégie promotionnelle

- En Europe, profiter de l'effet médiatique de l'Euro 2016
- Etre réactif pour adapter le dispositif aux évolutions, et notamment aux ouvertures de lignes aériennes

OPERATION 2016 – EUROPE

- Opérations de presse : conférence de presse au Royaume-Uni, Belgique, Allemagne, Italie...
- Tourisme d'affaires : Salons en Europe (IMEX, IBTM)
- Workshop et salons (Prague, Berlin, ...)

OPERATIONS 2016 – LONG COURRIER

- Workshops (Etats-Unis, Chine, Canada, Australie, Moyen-Orient...)
- Hong Kong: Wine & Dine Festival (Grand public)

Ce plan d'action pourrait être amené à évoluer en fonction de l'évolution du contexte international.

Pour la réalisation de son programme d'actions 2016, l'OTC a sollicité auprès de Bordeaux Métropole, une subvention de 2.5 millions d'euros pour un montant de dépenses subventionnables toutes taxes comprises de 5.790 millions d'euros détaillé comme suit :

Recettes		
Subvention Métropole	2 500 000	43%
Subventions contrat de Destination	110 000	2%
Autres Subventions (CCIB, Région, CIVB...)	100 000	2%
Produits de la vente des visites guidées et de la boutique	2 590 000	45%
Cotisations des membres	320 000	6%
Autres produits	170 000	3%
Total recettes	5 790 000	100%

Dépenses		
Achats	1 252 000	22%
Frais Généraux	424 000	7%
Promotion, communication *	680 000	12%
Contrat de destination	140 000	2%
Impôts et taxes	161 000	3%
Masse salariale	2 753 000	48%
La Cité du vin	250 000	4%
Investissements et amortissements	130 000	2%
Total dépenses	5 790 000	100%

* Ventilation budget Promotion, communication (hors Cité du vin) :

Promotion OTC : 260 000 €

Promotion Convention bureau : 90 000 €

Web : 80 000 €

Editions (inclus Convention bureau, traductions, achat photos...) : 60 000 €

Insertions, inclus partenariats ATF, CRTA, ATF... : 60 000 €

Outils de promotion tourisme métropolitain : 50 000 €

Eductours : 40 000 €

Relations presse : 40 000 €

IV - Plan marketing croisière maritime

Sous l'égide du GPMB, Cruise Bordeaux fédère les partenaires du développement de la croisière maritime à Bordeaux et en Gironde.

La vocation de ce groupe de travail est de mener des actions de promotion et de développement auprès des armateurs de croisières, afin de développer les escales de paquebots maritimes.

En 2014, Cruise Bordeaux a mené une étude d'impact économique qui a chiffré à 3.6 millions d'euros les dépenses à terre des passagers de paquebots maritimes sur la saison concernée.

Plan d'actions 2016

- Actions de promotion et de communication : presse professionnelle, marketing sur le web et les réseaux sociaux ...
- Salons et conférences : Seatrade Global, Seatrade Europe...
- Adhésions aux associations portuaires : Cruise Europe, Atlantic Alliance, CLIA.
- Représentation aux Etats-Unis

Pour la réalisation de son programme d'actions 2016, le GPMB qui pilote l'opération Cruise Bordeaux a sollicité auprès de Bordeaux Métropole, une subvention de 7 600 € pour un montant de dépenses subventionnables toutes taxes comprises de 32 300 € détaillé comme suit :

Détail du budget et des actions Bordeaux Cruise 2016 :

Budget Cruise Bordeaux		Participation des partenaires 2016	
Promotion/ communication	11 000 €	Bordeaux Métropole	7 600 €
Salons et conférences	6 980 €	GPMB	7 600 €
Adhésions associations portuaires	8 320 €	CCIB	5 000 €
Représentations USA	6 000 €	CDC Médoc	5 000 €
TOTAL	32 300 €	SMIDDEST	2 500 €
		Pilotes	3 000 €
		OT Pauillac	1 600 €
		TOTAL	32 300 €

Ceci étant exposé, il vous est demandé, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir si tel est votre avis adopter les termes de la délibération suivante :

Le Conseil de Bordeaux Métropole,

VU l'article 5217-2 du Code général des collectivités territoriales,

ENTENDU le rapport de présentation

CONSIDERANT QUE l'association OTC ainsi que le GPMB, contribuent, par leur action, au développement du tourisme qui constitue un levier fort d'attractivité de la Métropole bordelaise, et fortement pourvoyeur d'emploi, et jouent ainsi un rôle essentiel dans le dynamisme économique du territoire.

DECIDE

Article 1 : d'autoriser Monsieur le Président de Bordeaux Métropole à signer la convention cadre ci-annexée définissant, pour une durée de 3 ans, les modalités de partenariat entre Bordeaux Métropole et l'OTC.

Article 2 : d'attribuer à l'association Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole, au titre de ses actions 2016, une subvention de fonctionnement de 2 500 000 € pour un budget total T.T.C. de 5 790 000 €.

Article 3 : d'attribuer au Grand port maritime de Bordeaux, au titre de ses actions 2016, une subvention de fonctionnement de 7 600 € pour un budget subventionnable T.T.C. de 32 300 €.

Article 4 : d'autoriser Monsieur le Président de Bordeaux Métropole à signer la convention cadre ci-annexée prévoyant les conditions de règlement de la subvention métropolitaine au GPMB.

Article 5 : Le règlement de ces subventions sera opéré sur le budget principal de l'exercice en cours, chapitre 65, article 6574, fonction 61, sous réserve du vote du budget.

Les conclusions, mises aux voix, sont adoptées à l'unanimité.

Fait et délibéré au siège de Bordeaux Métropole le 12 février 2016

REÇU EN PRÉFECTURE LE : 29 FÉVRIER 2016	Pour expédition conforme, la Vice-présidente,
PUBLIÉ LE : 29 FÉVRIER 2016	Madame Virginie CALMELS

**CONVENTION CADRE TRIENNALE
DE PARTENARIAT 2016-2018
ENTRE BORDEAUX METROPOLE ET L'OFFICE
DE TOURISME ET DES CONGRES DE
BORDEAUX METROPOLE**

Entre

L'association « Office de tourisme et des congrès (OTC) de Bordeaux Métropole », domiciliée au 12 cours du XXX Juillet, 33000 Bordeaux, représentée par son Président, Monsieur Stéphan DELAUX, dûment habilité aux présentes par décision de l'assemblée générale de l'association en date du 2 juillet 2015,

et

Bordeaux Métropole, domiciliée à BORDEAUX, Esplanade Charles de Gaulle, 33076 Bordeaux cedex, représentée par son Président, Monsieur Alain JUPPE, dûment habilité aux fins des présentes en vertu d'une délibération du Conseil métropolitain n° du .

Il est dit et convenu ce qui suit :

Préambule :

Avec près de 6 millions de visiteurs accueillis sur la métropole bordelaise en 2014, le tourisme représente un secteur stratégique, pourvoyeur d'emploi et un soutien dynamique à la croissance économique locale.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, la métropole est l'autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble de l'agglomération.

I - Une organisation au service du développement touristique de l'agglomération et du rayonnement métropolitain

Avec la prise de compétence tourisme, et pour répondre aux enjeux de la métropolisation, une Mission tourisme et rayonnement métropolitain est créée au sein de l'EPCI Bordeaux Métropole.

Elle a pour objectif de valoriser les filières touristiques, de structurer et qualifier l'offre et de donner une dimension métropolitaine à la stratégie touristique dans sa conception et sa mise en œuvre, par un travail de collaboration avec ses partenaires clés institutionnels (l'OTC, Gironde tourisme, le Comité régional de tourisme d'Aquitaine (CRTA) la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux (CCIB), le Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB), le Grand port maritime de Bordeaux et les professionnels du tourisme ; mais aussi en étroite collaboration avec les autres directions concernées de Bordeaux Métropole (développement économique, nature, communication, mobilité...).

Les actions de cette Mission doivent mettre en synergie les différents équipements et centres d'intérêts du territoire, permettant ainsi d'intensifier la circulation des touristes et des habitants, de renforcer le maillage métropolitain, et de créer ainsi des résonances entre les différentes formes de tourisme.

Cinq filières prioritaires sont identifiées :

- l'oenotourisme
- le tourisme d'affaires et de congrès
- le tourisme fluvial et de croisières
- le tourisme urbain et patrimonial
- Le « tourisme intérieur et de proximité » qui intègre en plus des activités touristiques stricto sensu, les activités de loisir, culturelles, sportives, d'itinérance et de mobilité, à destination des habitants métropolitains et à ceux des territoires voisins orientés vers les espaces naturels et sauvages.

Par ailleurs, la Mission tourisme et rayonnement métropolitain concourt à la mise en œuvre de grands événements culturels, sportifs et festifs qui participent au rayonnement et à l'attractivité du territoire et intervient en :

- soutien à des événements existants, structurant pour le territoire comme Bordeaux Fête le vin, Bordeaux Fête le fleuve ou Bordeaux So good,
- accompagnement à des événements à caractère métropolitain avéré dans le cadre d'un co-pilotage communal et métropolitain, qu'ils soient récurrents comme le marathon Bordeaux Métropole ou exceptionnels comme l'organisation des festivités autour de l'Euro 2016,
- pilotage d'événements Bordeaux Métropole comme l'Eté métropolitain qui propose une offre culturelle, artistique et patrimoniale pendant la période des vacances estivales autour d'une programmation originale qui permet d'associer l'ensemble des communes du territoires autour de valeurs communes d'attractivité, de cohésion sociale et de mobilité structurelle, artistique et sociale.

Elle a de même pour finalité d'initier et de mettre en œuvre un programme de valorisation d'œuvres contemporaines dans le cadre de la commande artistique Tramway et Garonne sur l'ensemble de la Métropole pour ses habitants et visiteurs : *La maison aux personnages*, d'Ilya et Emilia Kabakov (Bordeaux) ; *Les Fées*, d'Antoine Dorotte (Bassens) ; *Pantalon de jogging et mocassins à pampilles*, de Daniel Dewar et Gregory Gicquel (Mérignac) ; *Commence alors la grande lumière du Sud-Ouest*, de Pascal Convert (Bègles)...

Elle développe également un concept novateur de Refuges périurbains qui a pour but de mettre en valeur le territoire périurbain de la Métropole bordelaise, de découvrir une richesse paysagère insoupçonnée et d'y développer l'itinérance.

Chaque création est unique et est conceptualisée à partir de l'environnement dans lequel elle se trouve.

Il existe actuellement 7 refuges :

- Parc du Bourgailh à Pessac : Refuge le Tronc Creux
- Parc de Mandavit à Gradignan : Refuge le Hamac
- Parc des Rives d'Arçins à Bègles : Refuges les Guetteurs
- Domaine de la Burthe à Floirac : Refuge la Belle étoile
- Parc de l'Ermitage à Lormont : Refuge le Nuage
- Parc de Catefrêne à Ambès : Refuge la Vouivre
- Tertre de Panoramis à Bassens : La Nuit américaine

Quatre nouveaux sont en projets pour les prochaines années.

De nouvelles actions pourront être développées en fonction du renforcement de la compétence « tourisme » au sein de la Métropole à court ou moyen terme.

II - L'OTC, partenaire privilégié de la Métropole pour le déploiement d'une stratégie touristique d'agglomération sur l'ensemble du territoire

Le 24 juin 2015, la Métropole a pris, à l'unanimité, une délibération actant la création d'un Office de tourisme et des congrès métropolitain (OTC).

La création d'un Office de tourisme et des congrès présente une réelle opportunité permettant de valoriser l'image de marque et le développement économique de la Métropole, tout en participant au développement de chaque commune, apportant un éclairage supplémentaire sur les richesses et la diversité touristique patrimoniale et naturelle du territoire dans son ensemble.

L'Assemblée générale extraordinaire de l'office du tourisme de Bordeaux, association loi 1901 à but non lucratif, a voté le 24 mars 2015 les nouveaux statuts de l'OTC, précisant ses missions :

- assurer la promotion touristique nationale et internationale de la métropole bordelaise ainsi que l'accueil et l'information des touristes,
- assurer la valorisation de l'offre de tourisme de proximité et représenter un véritable relai pour les communes de la Métropole,
- mettre en place un observatoire touristique, afin de se doter d'un outil performant d'aide à la décision, en vue de contribuer à son expansion économique, sociale et culturelle de Bordeaux Métropole.

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 Bordeaux Métropole et l'Office de tourisme et de congrès de Bordeaux Métropole (OTC).

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 2018. 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 congrès de Bordeaux Métropole et des objectifs poursuivis

Sont ci-après décrites les actions qui sont menées par l'OTC 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, CIAP, Cité du Vin...) ou temporaire, en fonction des besoins (aéroport, palais des congrès, paquebots ...). D'une manière générale, l'OTC veillera à mettre en place, dans les lieux appropriés, un dispositif 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 catégorie 1 de l'Office, sa certification Qualité Tourisme et l'obtention du label « Tourisme & Handicap », seront poursuivies.

Enfin, l'OTC 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'OTC 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, Gironde tourisme, Grand port maritime de Bordeaux, Bordeaux grands évènements, Fondation de La Cité du vin...), des institutionnels, notamment la mission tourisme et rayonnement métropolitain de Bordeaux Métropole, les relations internationales, voire des organisations professionnelles ou des opérateurs privés.

L'OTC veillera à mettre en avant l'ensemble de l'offre touristique existante ou à venir sur l'ensemble du territoire métropolitain, dès lors que celle-ci est qualitative.

Les différents moyens et modes d'accès de la destination Bordeaux Métropole (aéroport, gare, fleuve, voies vertes, GR ...) seront promus dans les supports appropriés.

Seul ou en appui d'autres acteurs, l'OTC valorisera notamment les filières prioritaires définies par la Métropole et pourra être force de proposition pour la valorisation d'un produit ou d'un segment dès lors qu'une offre structurée existe.

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

En outre, compte tenu de la montée en puissance du Web comme outil de promotion / commercialisation, l'OTC poursuivra l'évolution de son site Web www.bordeaux-tourisme.com comme cela est déjà le cas depuis des années.

3.3 Elaboration de prestations touristiques et commercialisation

L'OTC 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'OTC 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'OTC 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'OTC contribuera également au déploiement de services mobiles sans contact

3.4 Animation

L'OTC 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 pourra contribuer à la mise en valeur du patrimoine architectural, historique et naturel métropolitain, sous son initiative et sa responsabilité, en organisant des visites ou expositions dans tout lieu remarquable ou d'intérêt (ex : Porte Cailhau, Flèche Saint-Michel, territoire des Jalles, coteaux, Eau Bourde ...).

Bien entendu, ces opérations seront engagées en étroit partenariat avec les services concernés des 28 communes et de Bordeaux Métropole.

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 des communes concernées.

3.5 Produits dérivés et marques touristiques

Compte tenu du succès rencontré par la vente de produits dérivés l'OTC poursuivra tout partenariat utile selon une politique commerciale déterminée par lui.

Enfin, l'OTC pourra recevoir l'autorisation d'exploiter tout label ou marque lié à la valorisation touristique et patrimoniale du territoire métropolitain.

3.6 Formation

L'OTC 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...) en lien étroit avec les instances concernées (Ministère de la Culture, services culturels des communes ...).

3.7 Observation de l'activité touristique

En lien étroit avec les services de la métropole l'OTC assurera la mise en place et le suivi partagé d'un observatoire économique du tourisme, permettant de suivre l'évolution de divers indicateurs de fréquentation dans le temps, selon des données mensuelles, annuelles, thématiques ...

Article 4 – Mise à disposition de locaux

Bordeaux Métropole s'engage à mettre à disposition de l'OTC,

- 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'OTC devra accueillir dans cet immeuble, sous sa responsabilité, l'association Bordeaux Grands Evènements.
- tout édifice métropolitain 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'OTC comprendra les recettes prévues par ses statuts, notamment :

- une subvention de Bordeaux Métropole pour ces actions correspondant à l'intérêt général : information, accueil, promotion / communication et animation.
- d'autres subventions ou contributions financières allouées par toute structure partageant une vision et des objectifs convergents avec l'OTC (CIVB, CCIB, Conseil régional, Conseil départemental, Etat, Aéroport, Grand port maritime...)
- le produit de la vente de produits dérivés
- le produit de la vente de forfaits, visites guidées et excursions
- les cotisations de ses membres,

L'OTC poursuivra sa politique déjà engagée de conquête de membres, tant au niveau des professionnels que des habitants, « ambassadeurs » de la Métropole. Conformément à ses statuts, il fixera le barème des cotisations et déployera son action sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Article 6 – Subventions de Bordeaux Métropole et modalités de versement

Pour permettre à l'OTC d'assurer les actions et les grandes orientations définies à l'article 3, Bordeaux Métropole s'engage à lui accorder une aide financière annuelle dans les conditions suivantes :

L'OTC présente avant le 04 septembre 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 Bordeaux Métropole.

Bordeaux Métropole 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'OTC.

Pour permettre à l'OTC 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^{er} juin
- 25% au 1^{er} septembre

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

La subvention sera crédited au compte de l'OTC n° 10057 19108 00017670501 25 - établissement : CIC BORDX RIVE GAUCHE ENT- 15 ALLEE JAMES WATT - 33700 MERIGNAC, après signature des conventions annuelles d'attribution.

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

RELEVE D'IDENTITE BANCAIRE/OU POSTAL			
Domiciliation : CIC BORDX RIVE GAUCHE ENT- 15 ALLEE JAMES WATT - 33700 MERIGNAC			
Titulaire du compte : OFFICE DE TOURISME ET DE CONGRES DE BORDEAUX METROPOLE			
Adresse : 12 Cours du XXX Juillet - 33080 BORDEAUX CEDEX			
Code banque	Code guichet	N° de compte	Clé RIB ou RIP
10057	19108	00017670501	25

Article 7 – Conditions générales

L'OTC 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 Bordeaux Métropole, 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'OTC de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein droit par Bordeaux Métropole, 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'OTC.

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 Bordeaux Métropole sur l'OTC

Conformément à l'article L1611-4 du Code général des collectivités territoriales, l'OTC s'engage à communiquer aux fins de vérification par des délégués mandatés par le Président :

- 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),
- tout document faisant connaître les résultats de son activité.

Bordeaux Métropole 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 Bordeaux Métropole et les actions menées par l'OTC, 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'OTC.

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 Bordeaux Métropole, Esplanade Charles de Gaulle, 33076 Bordeaux cedex,
- par l'OTC, 12 cours du XXX Juillet à Bordeaux

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour Bordeaux Métropole,

LE PRESIDENT

A. JUPPE

**Pour l'Office de Tourisme et des
Congrès de Bordeaux Métropole**

LE PRESIDENT

S. DELAUX

CONVENTION DE PARTENARIAT 2016 ENTRE BORDEAUX METROPOLE ET L'OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRES DE BORDEAUX METROPOLE

Entre

L'association « Office de tourisme et des congrès (OTC) de Bordeaux Métropole », domiciliée au 12 cours du XXX Juillet, 33000 Bordeaux, représentée par son Président, Monsieur Stéphan DELAUX, dûment habilité aux présentes par décision de l'assemblée générale de l'association en date du 2 juillet 2015,

et

Bordeaux Métropole, domiciliée à BORDEAUX, Esplanade Charles de Gaulle, 33076 Bordeaux cedex, représentée par son Président, Monsieur Alain JUPPE, dûment habilité aux fins des présentes en vertu d'une délibération du Conseil métropolitain n° du .

Il est dit et convenu ce qui suit :

Préambule :

Avec près de 6 millions de visiteurs accueillis sur la métropole bordelaise en 2014, le tourisme représente un secteur stratégique, pourvoyeur d'emploi et un soutien dynamique à la croissance économique locale.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, la Métropole est l'autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble de l'agglomération.

Le 24 juin 2015, la Métropole a pris, à l'unanimité, une délibération actant la création d'un Office de tourisme et des congrès métropolitain (OTC).

Avec la prise de compétence tourisme, et pour répondre aux enjeux de la métropolisation, une Mission tourisme et rayonnement métropolitain est créée au sein de l'EPCI Bordeaux Métropole.

Elle a notamment pour objectif de valoriser les filières touristiques, de structurer et qualifier l'offre et de donner une dimension métropolitaine à la stratégie touristique.

Une partie des missions transférées à la Métropole sera mise en œuvre par l'OTC, notamment les actions d'accueil, de promotion et d'information touristique.

Une convention cadre triennale pour la période 2016 - 2018 permet de définir précisément les contours et le contenu des missions assurées par l'OTC.

Il est arrêté et convenu ce qui suit

Article 1 – Objectif de la convention

La présente convention a pour objectif de préciser les obligations de chaque partie signataire et, plus particulièrement, les modalités de participation de Bordeaux Métropole au financement du programme d'actions de l'Office de tourisme et de congrès de Bordeaux Métropole (OTC) pour l'exercice 2016.

Article 2 – Description des actions menées par l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole et des objectifs poursuivis

Sont ci-après décrites les actions qui seront menées par l'OTC pour l'exercice 2016.

Grands axes et stratégie promotionnelle

CHANTIERS MAJEURS EN 2016

- Mise en place de la dynamique métropolitaine en matière de tourisme
- Plateforme oenotouristique de La Cité du vin, création du nouveau site internet www.bordeauxwinetrip.com
- Tourisme maritime et fluvial, création du site internet www.cruise-bordeaux.com
- Refonte complète des supports professionnels (Meeting Guide, Travel Planner)
- Mise en place d'un observatoire économique dédié au tourisme
- Renforcement de la stratégie promotionnelle à l'international
- Tourisme d'affaires, réflexion stratégique sur les moyens de renforcer l'attractivité de la destination (plan marketing...)

DYNAMIQUE METROPOLITAINE

- Plusieurs chantiers seront abordés dont la nature, l'itinérance et les déplacements doux sur la Métropole
- Dispositifs d'informations Mairies en cours de réflexion (présentoirs et accueil mobile)
- Valorisation de l'événementiel métropolitain auprès des habitants
- Outils de communication :
 - o Adaptation du site de l'Office de tourisme au périmètre métropolitain et ajout de pages dédiées au tourisme d'affaires
 - o Réalisation d'une brochure «tourisme & loisirs» destinée aux habitants de la Métropole
- Valorisation du Bordeaux Métropole City Pass

Stratégie et actions de promotion

STRATEGIE 2016

- Placer la marque «Destination Bordeaux» au coeur de son territoire, travailler en synergie avec le CRT Aquitaine, l'Aéroport, le Port, Gironde Tourisme... (contrat de Destination)
- Favoriser les synergies du «portefeuille de marques internationales» (Bassin Arcachon, St Emilion, Médoc, Cognac, Lascaux, Biarritz-Pays Basque...)
- Intégrer systématiquement la composante tourisme d'affaires
- Placer La Cité du Vin au coeur de la stratégie promotionnelle
- En Europe, profiter de l'effet médiatique de l'Euro 2016
- Etre réactif pour adapter le dispositif aux évolutions, et notamment aux ouvertures de lignes aériennes

OPERATION 2016 - EUROPE

- Opérations de presse : conférence de presse au Royaume-Uni, Belgique, Allemagne, Italie...)
- Tourisme d'affaires : Salons en Europe (IMEX, IBTM)
- Workshop et salons (Prague, Berlin, ...)

OPERATIONS 2016 – LONG COURRIER

- Workshops (Etats-Unis, Chine, Canada, Australie, Moyen-Orient..)
- Hong Kong: Wine & Dine Festival (Grand public)

Article 3 – 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 2016. Elle peut être dénoncée en cours d'exécution suivant les modalités définies à l'article 9.

Article 4 – Montant de la participation

Le budget prévisionnel des actions étant estimé à 5 790 000 € T.T.C., Bordeaux Métropole a décidé d'attribuer une subvention d'un montant de 2 500 000 € à son financement.

Cette subvention est non révisable à la hausse. Au contraire, si le montant définitif des dépenses s'avérait inférieur à l'estimation initiale, la subvention serait réduite au prorata du montant des dépenses effectivement réalisées lors du paiement du solde de la subvention.

Article 5 – Affectation de la participation

Toute contribution inutilisée ou utilisée non conformément à son objet devra être remboursée.

L'association OTC s'interdit, en outre, de reverser tout ou partie de la subvention précitée à d'autres associations, sociétés ou collectivités.

Article 6 – Evaluation des résultats

Le Président de l'association OTC, ou son représentant, s'engage à :

- Venir présenter, devant les membres de la commission attractivité économique, emploi et rayonnement métropolitain, le bilan des actions réalisées au cours de l'année 2016, ainsi que le compte de résultat de l'exercice 2016,
- Faire connaître tous les changements statutaires éventuels et transmettre à Bordeaux Métropole les statuts actualisés de l'association,
- A faciliter le contrôle par les services de Bordeaux Métropole de la réalisation des actions notamment par l'accès aux documents administratifs comptables de l'association.

Article 7 – Subventions de Bordeaux Métropole et modalités de versement

Pour permettre à l'OTC d'assurer les actions et les grandes orientations définies à l'article 2, Bordeaux Métropole s'engage à lui accorder une aide financière annuelle dans les conditions suivantes :

L'OTC présente avant le 04 septembre 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 Bordeaux Métropole.

Bordeaux Métropole 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'OTC.

Pour permettre à l'OTC 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^{er} juin
- 25% au 1^{er} septembre

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

La subvention sera crédited au compte de l'OTC n° 10057 19108 00017670501 25 - établissement : CIC BORDX RIVE GAUCHE ENT- 15 ALLEE JAMES WATT - 33700 MERIGNAC, après signature des conventions annuelles d'attribution.

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

RELEVE D'IDENTITE BANCAIRE/OU POSTAL

Domiciliation : CIC BORDX RIVE GAUCHE ENT- 15 ALLEE JAMES WATT - 33700

MERIGNAC

Titulaire du compte : OFFICE DE TOURISME ET DE CONGRES DE BORDEAUX
METROPOLE

Adresse : 12 Cours du XXX Juillet - 33080 BORDEAUX CEDEX

Code banque	Code guichet	N° de compte	Clé RIB ou RIP
10057	19108	00017670501	25

Article 8 – Condition de renouvellement

La présente convention est conclue pour la période fixée à l'article 3. 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'OTC de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein droit par Bordeaux Métropole, 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'OTC.

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

Article 10 – Contentieux

Les parties conviennent que tout litige pouvant naître de la présente convention sera déféré auprès du tribunal compétent.

Article 11 – Clause de publicité

L'association s'engage à mentionner le soutien apporté par Bordeaux Métropole sur les panneaux et documents d'information destinés au public ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique qui pourrait être organisée par ses soins.

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

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

Pour Bordeaux Métropole,
LE PRESIDENT

**Pour l'Office de Tourisme et des Congrès
de Bordeaux Métropole**
LE PRESIDENT

A. JUPPE

S. DELAUX

CONVENTION DE PARTENARIAT 2016 ENTRE BORDEAUX METROPOLE ET LE GRAND PORT MARITIME DE BORDEAUX

Entre

Le « Grand port maritime de Bordeaux (GPMB) », domicilié au 15 quai de Bacalan,
33082 Bordeaux cedex, représenté par son Président, Monsieur Christophe
MASSON,

et

Bordeaux Métropole, domiciliée à BORDEAUX, Esplanade Charles de Gaulle, 33076
Bordeaux cedex, représentée par son Président, Monsieur Alain JUPPE, dûment
habilité aux fins des présentes en vertu d'une délibération du Conseil métropolitain n°
du .

Il est dit et convenu ce qui suit :

Préambule :

Avec près de 6 millions de visiteurs accueillis sur la Métropole bordelaise en 2014, le tourisme représente un secteur stratégique, pourvoyeur d'emploi et un soutien dynamique à la croissance économique locale.

Depuis le 1^{er} janvier 2015, la Métropole est l'autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble de l'agglomération.

Le 24 juin 2015, la Métropole a pris, à l'unanimité, une délibération actant la création d'un Office de tourisme et des congrès métropolitain (OTC).

Avec la prise de compétence tourisme, et pour répondre aux enjeux de la métropolisation, une Mission tourisme et rayonnement métropolitain est créée au sein de l'EPCI Bordeaux Métropole.

Elle a notamment pour objectif de valoriser les filières touristiques, de structurer et qualifier l'offre et de donner une dimension métropolitaine à la stratégie touristique.

Le fleuve et les croisières font partie des filières prioritaires ayant été identifiées. Le GPMB représente un des acteurs majeurs de cette filière. Cruise Bordeaux, une de ses opérations phares depuis plusieurs années, fédère les partenaires du développement de la croisière maritime à Bordeaux et mène des actions de promotion auprès des armateurs de croisière, afin de développer les escales de paquebots maritimes.

Il est arrêté et convenu ce qui suit

Article 1 – Objectif de la convention

La présente convention a pour objectif de préciser les obligations de chaque partie signataire et, plus particulièrement, les modalités de participation de Bordeaux Métropole au financement du programme d'actions de l'opération Cruise Bordeaux sous l'égide du GPMB pour l'exercice 2016.

Article 2 – Description des actions menées par le GPMB dans le cadre de l'opération Cruise Bordeaux

- Actions de promotion et de communication : presse professionnelle, marketing sur le web et les réseaux sociaux ...
- Salons et conférences : Seatrade Global, Seatrade Europe...
- Adhésions aux associations portuaires : Cruise Europe, Atlantic Alliance, CLIA.
- Représentation aux Etats-Unis

Article 3 – 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 2016. Elle peut être dénoncée en cours d'exécution suivant les modalités définies à l'article 9.

Article 4 – Montant de la participation

Le budget prévisionnel des actions étant estimé à 32 300 € T.T.C., Bordeaux Métropole a décidé d'attribuer une subvention d'un montant de 7 600 € à son financement.

Cette subvention est non révisable à la hausse. Au contraire, si le montant définitif des dépenses s'avérait inférieur à l'estimation initiale, la subvention serait réduite au prorata du montant des dépenses effectivement réalisées lors du paiement du solde de la subvention.

Article 5 – Affectation de la participation

Toute contribution inutilisée ou utilisée non conformément à son objet devra être remboursée.

Le GPMB s'interdit, en outre, de reverser tout ou partie de la subvention précitée à d'autres associations, sociétés ou collectivités.

Article 6 – Evaluation des résultats

Le Président du GPMB, ou son représentant, s'engage à :

- Venir présenter, devant les membres de la Commission attractivité économique, emploi et rayonnement métropolitain, le bilan des actions réalisées au cours de l'année 2016, ainsi que le compte de résultat de l'exercice 2016,
- A faciliter le contrôle par les services de Bordeaux Métropole de la réalisation des actions notamment par l'accès aux documents administratifs.

Article 7 – Subventions de Bordeaux Métropole et modalités de versement

Pour permettre au GPMB d'assurer les actions et définies à l'article 2, Bordeaux Métropole s'engage à lui accorder une aide financière annuelle dans les conditions suivantes :

Le GPMB présente avant le 04 septembre 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 Bordeaux Métropole.

Bordeaux Métropole 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 du GPMB.

Pour permettre au GPMB d'assurer ses actions, le versement de la subvention sera effectué de la manière suivante :

- 100 % en début d'exercice, dès signature de la convention attributive de subvention annuelle

Lors du bilan en fin d'exercice, une régularisation sera effectuée, si nécessaire comme indiqué à l'article 5.

Article 8 – Condition de renouvellement

La présente convention est conclue pour la période fixée à l'article 3. 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 le GPMB de l'une des quelconques dispositions prévues aux présentes, la convention pourra être résiliée de plein droit par Bordeaux Métropole, 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 du GPMB.

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

Article 10 – Contentieux

Les parties conviennent que tout litige pouvant naître de la présente convention sera déféré auprès du tribunal compétent.

Article 11 – Clause de publicité

Le GPMB s'engage à mentionner le soutien apporté par Bordeaux Métropole sur les panneaux et documents d'information destinés au public ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique qui pourrait être organisée par ses soins.

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

Fait à Bordeaux en 4 exemplaires, le

**Pour Bordeaux Métropole,
LE PRESIDENT**

A. JUPPE

**Pour le Grand port maritime de Bordeaux
LE PRESIDENT**

Ch. MASSON