



Direction générale du développement économique
Mission tourisme

Convention annuelle 2024 - Subvention de fonctionnement *entre l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole et Bordeaux Métropole*

Entre les soussignés

L'association « Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole » (OTCBM), domiciliée au 12, cours du XXX Juillet, 33000 Bordeaux, représentée par sa Présidente, Madame Brigitte BLOCH, dûment habilitée aux présentes par décision de l'assemblée générale de l'association en date,

ci-après désigné(e) « organisme bénéficiaire »

Et

Bordeaux Métropole, domiciliée à Bordeaux, Esplanade Charles de Gaulle, 33045 Bordeaux cedex, représentée par son Président, Monsieur Alain ANZIANI, dûment habilité aux fins des présentes en vertu d'une délibération du Conseil métropolitain n° du

ci-après désigné « Bordeaux Métropole »

PREAMBULE

Bordeaux Métropole a retenu, dans le cadre de ses compétences en matière de Tourisme, conformément à la convention cadre quinquennale de partenariat 2022-2026, le programme d'actions initié et conçu par l'organisme bénéficiaire.

Ce projet détaillé dans l'article 1 ci-dessous est conforme à l'objet statutaire de l'organisme bénéficiaire.

En application de l'article 10 de la loi n° 2000-32 1 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et de l'article 1^{er} du décret d'application n° 2001-495 du 6 juin 2001, une convention s'impose pour tout financement public aux organismes de droit privé supérieur à 23 000 €.

ARTICLE 1. OBJET ET TEMPORALITE DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet de définir les conditions dans lesquelles Bordeaux Métropole attribue une subvention à l'organisme bénéficiaire pour l'année 2024.

L'organisme bénéficiaire s'engage à son initiative et sous sa responsabilité, à mettre en œuvre, en cohérence avec les orientations de politique publique mentionnées au préambule, le programme d'actions ci-dessous :

Programme d'action 2024 de l'OTCBM

L'OTCBM a passé plusieurs audits de reconduction l'an passé. Le renouvellement de la marque Qualité Tourisme, avec un score record de 96,64%, est une reconnaissance de la qualité des services et conseils proposés. Les labels et certifications Tourisme & Handicap, ISO 20121, Destination Innovante Durable, ainsi que le classement de l'OTCBM en catégorie 1 ont également été renouvelés. Bordeaux a par ailleurs conforté sa position dans le Top 10 des destinations responsables lors de l'analyse annuelle menée par le GDS-Index (Global Destination Sustainability Index), avec l'obtention d'une 9^e position mondiale.

Dans la continuité du travail effectué en 2023, l'action s'élargit et se renforce en 2024, afin de tenir les objectifs portés par la stratégie métropolitaine « Bâtir ensemble une destination reconnue de tourisme responsable ». De nouvelles actions seront donc déployées ou renforcées dans les quatre axes prioritaires.

- AXE 1 - Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable
- AXE 2 - Placer l'habitant au cœur de la vie touristique d'une destination humaine et solidaire
- AXE 3 - Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire
- AXE 4 - Piloter le développement économique de manière soutenable

ARTICLE 2. CONDITIONS DE DETERMINATION DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole s'engage à octroyer à l'organisme bénéficiaire une subvention plafonnée à 3 740 000 €, équivalent à 47,93 % du montant total estimé des dépenses éligibles (d'un montant de 7 802 776 €, conformément au budget prévisionnel figurant en annexe 2). Cette subvention est non révisable à la hausse.

Dans l'hypothèse où la subvention accordée est inférieure à la subvention demandée par l'organisme, il appartient à ce dernier de trouver les recettes nécessaires à l'équilibre du budget prévisionnel.

Dans l'hypothèse où les dépenses réelles seront inférieures au montant des dépenses éligibles retenu, le montant définitif de la subvention sera déterminé par application de la règle de proportionnalité suivante :

Subvention définitive = Dépenses réelles x Subvention attribuée / Montant des dépenses éligibles

Ce calcul sera effectué au regard du compte rendu financier que l'organisme bénéficiaire devra transmettre à Bordeaux Métropole selon les modalités fixées à l'article 5.

ARTICLE 3. CONDITIONS D'UTILISATION DE LA SUBVENTION

La subvention accordée devra être utilisée conformément à l'objet défini en préambule. Toute contribution inutilisée ou non utilisée conformément à son objet devra être remboursée.

Par ailleurs, selon les dispositions prévues à l'article L.1611-4 du Code général des collectivités territoriales (CGCT), il est interdit à tout groupement ou à toute association, œuvre ou entreprise ayant reçu une subvention d'en employer tout ou partie en subventions à d'autres associations, œuvres ou entreprises, sauf lorsque cela est expressément prévu dans la convention conclue entre la collectivité territoriale et l'organisme subventionné.

ARTICLE 4. MODALITES DE VERSEMENT DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole procédera au versement de la subvention selon les modalités suivantes :

- 70 %, soit la somme de 2 618 000 €, après signature de la présente convention ;
- 30 %, soit la somme de 1 122 000 € après les vérifications réalisées par Bordeaux Métropole conformément à l'article 5, somme qui peut être revue à la baisse en vertu des conditions définies à l'article 2.

La subvention sera créditée au compte de l'organisme bénéficiaire selon les procédures comptables en vigueur.

ARTICLE 5. JUSTIFICATIFS

Pour pouvoir prétendre au versement du solde de la subvention, l'organisme bénéficiaire s'engage à fournir dans les six mois de la clôture de l'exercice comptable et au plus tard le 31 août 2025, dans le respect des dispositions du droit interne et du droit communautaire :

- un compte rendu financier, signé par le Président ou toute personne habilitée, et conforme à l'arrêté du 11 octobre 2006 pris en application de l'article 10 de la loi n°2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations.
Ce document retrace de façon fiable l'emploi des fonds alloués pour l'exécution des obligations prévues dans la présente convention. Il est accompagné d'un compte rendu quantitatif (notamment le budget financier définitif « signé » faisant apparaître les écarts entre le prévisionnel et le réalisé) et qualitatif du programme d'actions comprenant a minima les éléments mentionnés à l'article 1 ;
- le rapport général et le rapport spécial sur les conventions règlementées du commissaire aux comptes accompagnés des comptes annuels signés et paraphés par le commissaire aux comptes (bilan, compte de résultat, annexes aux comptes annuels) prévus par l'article L.612-4 du Code de commerce ;
- le rapport d'activité ou rapport de gestion.

A défaut de communication des documents susmentionnés auprès de Bordeaux Métropole dans les délais impartis, l'organisme est réputé renoncer au versement du solde de la subvention.

ARTICLE 6. AUTRES ENGAGEMENTS

- L'organisme bénéficiaire communique sans délai à Bordeaux Métropole la copie des déclarations mentionnées aux articles 3, 6 et 13-1 du décret du 16 août 1901 portant réglementation d'administration publique pour l'exécution de la loi du 1^{er} juillet 1901 relative au contrat d'association.

- L'organisme bénéficiaire fournit la copie de toute nouvelle domiciliation bancaire.

- En cas d'inexécution ou de modification des conditions d'exécution et de retard pris dans l'exécution de la présente convention par l'organisme bénéficiaire, pour une raison quelconque, celui-ci doit en informer Bordeaux Métropole sans délai par lettre recommandée avec accusé de réception.

- Respect des règles de la concurrence : l'organisme bénéficiaire pourra être soumis aux directives communautaires de coordination des procédures de passation des marchés publics, dans la mesure où celui-ci répondrait à la définition de « pouvoir adjudicateur » ou d'entité adjudicatrice » au sens du droit communautaire.

ARTICLE 7. CONTROLES EXERCES PAR BORDEAUX METROPOLE

L'organisme bénéficiaire s'engage à faciliter le contrôle par Bordeaux Métropole, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif, de la réalisation des actions prévues, de l'utilisation de la subvention attribuée et de façon générale de la bonne exécution de la présente convention. Bordeaux Métropole peut demander le cas échéant, toute explication ou toute pièce complémentaire qu'elle juge utile quant à l'exécution de l'action subventionnée.

Sur simple demande de Bordeaux Métropole, l'organisme bénéficiaire devra lui communiquer tous les documents de nature juridique, fiscale, sociale, comptable et de gestion utile.

En vertu des dispositions de l'article L.1611-4 du CGCT, Bordeaux Métropole pourra procéder ou faire procéder par des personnes de son choix aux contrôles qu'elle jugerait utiles pour s'assurer de la bonne utilisation de la subvention et de la bonne exécution de la présente convention.

A cette fin, l'organisme bénéficiaire conserve les pièces justificatives de dépenses pendant 10 ans pour tout contrôle effectué à posteriori.

ARTICLE 8. ASSURANCES ET RESPONSABILITES

L'organisme bénéficiaire exerce les activités rattachées à la présente convention sous sa responsabilité exclusive.

L'organisme bénéficiaire s'engage à souscrire toutes les polices d'assurances nécessaires pour garantir sa responsabilité et pour que la responsabilité de Bordeaux Métropole ne puisse être recherchée.

Il devra être en capacité de produire à tout moment à Bordeaux Métropole les attestations d'assurances correspondantes.

ARTICLE 9. COMMUNICATION

L'organisme bénéficiaire s'engage à mentionner le soutien apporté par Bordeaux Métropole (notamment en apposant le logo de Bordeaux Métropole) sur les documents ou plateforme web destinés au public ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique ou opération médiatique qui pourrait être organisée par ses soins.

Il veillera à travailler en lien avec la direction de la communication externe de Bordeaux Métropole.

Il s'engage par ailleurs, à ce que les relations qu'il pourra développer en direction des partenaires privés ou publics, 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.

ARTICLE 10. SANCTIONS

En cas d'inexécution ou de modification substantielle et en cas de retard des conditions d'exécution de la convention par l'organisme bénéficiaire sans l'accord écrit de Bordeaux Métropole, cette dernière peut exiger le reversement de tout ou partie des sommes déjà versées au titre de la présente convention, diminuer ou suspendre le montant de la subvention, après examen des justificatifs présentés par l'organisme et avoir préalablement entendu ses représentants. Bordeaux Métropole en informe l'organisme par écrit.

ARTICLE 11. AVENANT

La présente convention ne peut être modifiée que par avenant signé par les deux parties. Les avenants ultérieurs feront partie de la présente convention et seront soumis à l'ensemble des dispositions qui la régissent.

ARTICLE 12. CONTENTIEUX

Les difficultés qui pourraient résulter de l'application de la présente convention feront l'objet, préalablement à toute procédure, d'une conciliation à l'amiable devant un tiers choisi par les deux parties.

En dernier ressort, les litiges qui pourraient s'élever entre les parties au sujet de l'exécution de la présente convention seront soumis au tribunal administratif de Bordeaux.

ARTICLE 13. ELECTION DE DOMICILE

Les notifications ou mises en demeure faites entre les parties au titre des dispositions de la présente convention sont valablement effectuées par lettre recommandée avec avis de réception, adressée à leur domicile respectif dans le ressort de l'exploitation.

Pour l'exécution de la présente convention et de ses suites, les parties font élection de domicile :

Pour Bordeaux Métropole :

Monsieur le Président de Bordeaux Métropole
Esplanade Charles de Gaulle
33045 Bordeaux cedex

Pour l'organisme bénéficiaire :

Madame la Présidente de l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole
12 cours du XXX Juillet
33000 Bordeaux

ARTICLE 14. PIECES ANNEXES

Les pièces suivantes sont annexées à la présente convention :

- annexe 1 : argumentaire et descriptif
- annexe 2 : budget prévisionnel 2024
- annexe 3 : modèle de compte-rendu qualitatif et financier

Fait à Bordeaux, le , en 4 exemplaires

Signatures des partenaires

Pour Bordeaux Métropole,
Le Président
Alain Anziani

**Pour l'Office de Tourisme et des Congrès
de Bordeaux Métropole**
La Présidente
Brigitte Bloch

ANNEXE 1

Plan d'actions 2024

Argumentaire/Descriptif

L'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole (OTCBM) poursuit sa transition vers un **tourisme plus responsable** et embarque avec lui l'ensemble de l'écosystème local dans cette dynamique vertueuse. En fin d'année 2023, l'office rejoint ainsi la **Convention des entreprises pour le climat de Nouvelle-Aquitaine**, avec plusieurs acteurs touristiques et événementiels locaux, afin d'approfondir la réflexion autour d'un modèle économique respectueux des limites planétaires.

A cet effet, **les méthodes de gouvernance participative** basées sur l'intelligence collective ont été développées. De la gouvernance locale aux réflexions sur le plan d'action ici présenté, ces méthodes permettent de décider collectivement des actions à impact à mener l'an prochain. Une communauté d'acteurs locaux s'est ainsi soudée autour de la gouvernance participative « **Agora pour le tourisme à Bordeaux Métropole** » et 120 participants ont répondu présent aux ateliers 2023 afin de découvrir le bilan des actions 2022 et approfondir ensemble les actions à mener.

Ces actions sont régulièrement auditées dans le cadre de plusieurs référentiels ; **cinq audits ont eu lieu au cours de l'année écoulée**. La qualité des services de l'OTCBM, et notamment son conseil aux visiteurs, a d'ores-et-déjà été saluée par le renouvellement de la marque Qualité Tourisme (score record de 96,64 %). Ce sont également les labels et certifications Tourisme & Handicap, ISO 20121, Destination Innovante Durable, ainsi que le classement de l'OTCBM en catégorie I qui ont été renouvelés. Bordeaux confirme sa place au rang des destinations responsables grâce à la **9^e position obtenue au Global Destination Sustainability Index**, parmi 104 destinations auditées en 2023 dans le monde.

L'année 2023 a par ailleurs été marquée par **le retour des grands événements professionnels et sportifs**, avec l'accueil des Jeux européens du sport d'entreprise (7 500 participants), de la RoboCup (championnat du monde de robotique et d'intelligence artificielle, 15 000 participants venus de 45 pays, dont 1 700 chercheurs et professionnels et 4 500 scolaires, enfants et adolescents) et, bien sûr, d'une étape du Tour de France et de plusieurs matchs de la Coupe du Monde de Rugby.

Bordeaux Fête le Vin s'est déroulé du 22 au 25 juin, pour la première fois de façon annuelle. En avant-première, le week-end précédent, la manifestation s'est affirmée avec force dans les communes de la métropole, grâce à plusieurs concerts-dégustations organisés à Bègles, Saint-Médard-en-Jalles, Cenon,

Pessac et Gradignan et une hausse du nombre de restaurateurs et cavistes partenaires de ces avant-premières. Dans un format propice aux échanges, avec une organisation éco-responsable et humaine, le festival - certifié ISO 20121 – a été l'occasion de moments exceptionnels de partage et de convivialité.

LES ACTIONS MENÉES OU EN COURS SUR L'EXERCICE 2023

La stratégie métropolitaine « *Bâtir, ensemble, une destination reconnue de tourisme responsable* » adoptée en 2022 est venue donner une orientation aux actions entreprises par l'OTCBM, tout en intégrant le socle déjà fort de ses missions traditionnelles, parmi lesquelles le conseil aux visiteurs, la vente de produits touristiques, la promotion de la destination, la communication, la prospection d'événements professionnels, la fédération des entreprises touristiques et événementielles locales et l'organisation d'événements.

Les actions entreprises intègrent donc les quatre axes stratégiques de la feuille de route métropolitaine.

Axe 1 : Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

Le programme d'accompagnement des entreprises touristiques et événementielles dans leur transition responsable, créé en 2022, a porté ses premiers résultats. Près de la moitié des candidats au label Clef Verte en avril 2023 à l'échelle de la Nouvelle-Aquitaine sont venus de Bordeaux Métropole (41 hébergeurs sur 86). Le programme de formation de plusieurs mois conduit par l'OTCBM, avec une prise en charge de 80% de l'audit de première année par Bordeaux Métropole, a permis d'accompagner les hébergeurs pas à pas dans leurs démarches.

Ce programme trouve à présent son équivalent pour toutes les professions du secteur : FiG ou Ecotable pour les restaurateurs, ISO 20121 pour les lieux événementiels, Lucie Progress pour les prestataires d'activités, NF Environnement pour les sites de visite. Au 31 octobre 2023, ce sont 164 entreprises qui ont été accompagnées sur l'année en cours pour atteindre les chiffres de 60% d'adhérents à l'OTCBM ayant une politique RSE structurée, dont 37% d'éco-certifiés.

Au-delà des certifications, l'OTCBM se mobilise pour accompagner les professionnels à trouver des solutions concrètes au sujet de leur consommation énergétique, leur gestion des déchets et leurs achats. Des actions de sensibilisation, de valorisation des engagements et de rencontre entre entreprises touristiques et solutions locales sont menées par une interlocutrice privilégiée à l'OTCBM pour ces démarches.

Le programme d'accompagnement intègre des actions plus larges qui visent à **animer, fédérer et engager une communauté de plus de 530 sociétés adhérentes**. Des outils sont déployés pour les informer de l'activité touristique et événementielle locale (newsletter bimensuelle, baromètres d'activité, calendrier des grands événements, etc.). Un guide de l'adhérent a été produit pour faciliter l'identification des contacts pertinents à l'OTCBM. Un site internet à destination des professionnels du tourisme et de l'événementiel, dont la sortie est prévue en fin d'année, regroupera notamment des informations sur notre stratégie et missions, des informations conjoncturelles et statistiques, des actualités et un répertoire des solutions responsables du

territoire. Des temps de convivialité et des synergies à des fins commerciales sont aussi organisés tout au long de l'année (café-réseau bimensuel, visite de ville bimensuelle, soirée des membres, visites de chantier). Le premier workshop inter-adhérents loisirs a ainsi eu lieu en mars 2023 avec 17 exposants (prestataires d'activités touristiques) et 80 visiteurs (hébergeurs, châteaux viticoles, etc.). Toutes ces actions ont assuré un taux de fidélisation de 83% des adhérents et un renouvellement avec 70 nouveaux adhérents entre 2022 et 2023.

Dans la lignée des exigences normatives sur les enjeux de développement durable auxquelles l'OTCBM s'attache à répondre (ISO 20121, GDS Index, Destination Innovante Durable), un travail approfondi est mené afin d'affiner l'observation des **indicateurs environnementaux de l'activité touristique**. Un travail collaboratif avec le Comité régional du tourisme de Nouvelle-Aquitaine (CRT NA) est prévu afin d'obtenir des données concernant l'empreinte carbone du tourisme dans la métropole bordelaise, grâce à l'outil de calcul que le CRT NA a développé. Le travail mené pour lutter contre la pollution numérique se poursuit également, avec un changement d'hébergement web pour réduire l'impact carbone de nos outils numériques.

Les actions mises en œuvre sont alignées avec **5 objectifs de développement durable prioritaires** tels que définis par les Nations Unies : 9 – industrie, innovation et infrastructure, 10 – inégalités réduites, 11 – villes et communautés durables, 12 – consommation et production responsables et 13 – mesures relatives à la lutte contre le changement climatique. Ces objectifs représentent les enjeux sur lesquels les opportunités de réduire les risques et d'avoir un impact positif sont les plus grandes.

Axe 2 : Placer l'habitant au cœur de la vie touristique d'une destination humaine et solidaire

Afin de suivre **l'évolution de la perception du tourisme par les habitants**, l'OTCBM a réalisé, après celles menées en 2018 et 2021, une nouvelle étude « Resident Sentiment Index » avec l'institut TCI Research. Cette étude permet de suivre le soutien des habitants à l'activité touristique. Les résultats 2023 s'avèrent positifs. Les résidents sont nombreux à estimer que la métropole doit continuer de se promouvoir pour attirer (+4 pts vs. 2021). La part de "tourismophobes" reste très contenue et s'établit à 5% soit 1 point de moins qu'en 2021. Ce résultat très stable depuis 2018 positionne la métropole de Bordeaux assez loin du seuil d'alerte de 10%.

Plusieurs actions ont été entreprises pour faire de Bordeaux une destination inclusive auprès des habitants. Le déploiement de la stratégie pour le développement du tourisme de proximité a démarré avec une tournée métropolitaine et des rendez-vous dans 14 communes. Un réseau de 128 personnes référentes a ainsi été créé **pour fédérer les initiatives des communes de la métropole** (48 en mairies, 37 en associations, 7 passionnés et 36 producteurs locaux). 197 nouveaux sites patrimoniaux, naturels et culturels ont été recensés et cartographiés.

L'OTCBM poursuit le développement de **visites guidées thématiques et insolites** à destination de la clientèle locale avec 15 visites guidées proposées dans 10 communes différentes ayant réuni 224 participants, dont 10 visites en partenariat avec l'été métropolitain et le FAB. À cela s'ajoute l'opération désormais annuelle *Bordeaux nous envoie balader* qui a une nouvelle fois rencontré un vif succès (taux de remplissage de 93%

pour les 44 visites guidées organisées du 15 au 23 avril, avec un visitorat composé à 83% de métropolitains et 96% de Girondins).

La marque locale *Un Air de Bordeaux* a continué à être animée. Quinze articles pour une découverte en autonomie de la métropole ont été publiés sur le site et la présence de la marque a été renforcée lors de huit événements métropolitains. Une carte illustrée du territoire a été éditée pour valoriser la mobilité douce. Des campagnes de notoriété ont par ailleurs permis d'élargir la communauté d'Un Air de Bordeaux, qui valorise toute l'offre du territoire métropolitain. Le site a attiré 550 000 visiteurs uniques (novembre 2023) ce qui correspond à une progression de 25% par rapport à 2022.

La Carte Ambassadeur est sortie en avril 2023 afin d'inciter les habitants de Bordeaux Métropole à faire découvrir l'offre culturelle et touristique à leurs amis ou leur famille venant leur rendre visite. Cette carte leur permet de bénéficier d'un accès libre aux 20 sites partenaires (dans la métropole et en Gironde), à condition que le porteur de la carte soit accompagné de deux visiteurs non-résidents de la métropole et s'acquittant du tarif individuel. Cet outil est un moyen de fidéliser la clientèle locale pour ces sites culturels, de développer le sentiment d'appartenance des habitants, qui deviennent alors acteurs de la promotion du territoire. Cela permettra de toucher les touristes non marchands, souvent « guidés » par leurs hôtes durant leur séjour.

Sur les enjeux sociétaux, le programme **Bordeaux Solid'air** a été lancé afin de proposer **une offre de tourisme local solidaire** pour les personnes en situation de précarité. L'OTCBM porte à la connaissance de son réseau de travailleurs sociaux une offre gratuite sur ses produits (visites guidées ou en autonomie) et sur ceux des entreprises adhérentes volontaires. Des programmes de découverte à la journée peuvent ainsi être montés et intégrer les actions d'insertion menées au long cours par les travailleurs sociaux. 54 structures sociales et 15 entreprises touristiques ont déjà rejoint le programme, ce qui nous a permis d'offrir une activité à 400 bénéficiaires (au 31 octobre 2023).

De nombreuses actions ont également été entreprises pour **ouvrir l'offre touristique aux personnes en situation de handicap** : billet gratuit pour les accompagnants, formation des guides, du personnel d'accueil et de la communication, eductour avec les associations représentant les différents handicaps. Les outils de communication ont été adaptés en conséquence avec la refonte graphique du guide handicap, sa traduction en anglais, de nouveaux filtres pour classer l'offre en fonction des handicaps sur le site bordeaux-tourisme.com et des campagnes avec des influenceurs en lien avec cette thématique.

Ces actions pour faire de Bordeaux une destination tournée vers l'humain prennent tout leur sens au sein même de l'OTCBM. À la suite de plusieurs ateliers menés en interne, des actions en faveur du **bien-être en entreprise** et d'une meilleure communication entre les services ont été mises en place : petits-déjeuners conviviaux, déjeuners partagés, actions engagées, etc.

Axe 3 : Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire

Bordeaux Bienvenue, la stratégie d'accueil de qualité et durable des grands événements professionnels poursuit son développement. Son collectif est composé d'une trentaine d'acteurs de la chaîne d'accueil des événements (institutionnels et professionnels) dont l'ambition est d'offrir un accueil sans couture aux organisateurs et aux participants. L'atelier et les commissions techniques ont conduit à la mise en œuvre des premières actions, parmi lesquelles l'amélioration de la communication (affichage d'accueil dans les hébergements, taxis, commerces et restaurants, message bilingue dans les trams) et une meilleure anticipation des enjeux de propreté, de sécurité et de circulation, notamment lors de la journée du 7 juillet qui a cumulé plusieurs grands événements (RoboCup, Tour de France et Congrès EPS Plasma).

Des avantages ont été octroyés dans le cadre de cette stratégie d'accueil dont le pass transports gratuit à 25 000 congressistes, le pavoisement (ville, tram, accueil gare et aéroport) de cinq congrès et un accueil touristique sur site de huit congrès.

Des reportages sur des **filières d'excellence** sont réalisés afin d'attirer des congrès internationaux en lien avec ces secteurs. Les filières eau et photonique laser font partie des prochains sujets choisis.

Le BCB et le service développement durable développent un accompagnement personnalisé pour organiser des événements plus responsables et engagés. De la prise de brief à l'organisation de l'événement, les équipes délivrent, au-delà d'un conseil sur les aspects logistiques, un accompagnement personnalisé et gratuit pour réduire l'impact environnemental de l'événement et proposer un héritage social en lien avec les valeurs RSE.O de la structure. Des ressources solides ont été établies, avec notamment un guide pratique pour « *organiser un événement à impact positif en 10 étapes* », un catalogue référençant près de 100 solutions locales, des checklists adaptées pour les congrès et les événements d'entreprises. Enfin, une formation en présentiel et micro-learning à l'événementiel d'affaires responsable pour les agences est en train d'être finalisée, en partenariat avec l'ADEME.

Un travail de mesure d'impact (environnemental, scientifique et économique) sur trois congrès tenus à Bordeaux en 2023 et 2024 est par ailleurs en cours grâce au soutien du programme TINA de la Région Nouvelle-Aquitaine. Le BCB disposera ensuite d'une méthodologie de calcul d'impact pour proposer aux organisateurs des solutions anticipées.

Les équipes du BCB, le service des grands événements et le service de développement durable ont également été formés à l'événementiel responsable en juillet.

A l'issue d'un séminaire interne, un groupe de travail réunissant plusieurs services de l'OTCBM a été créé dans le but d'échanger et de mutualiser moyens, sourcings, veilles et retours d'expériences pour produire des plans d'action annuels concertés et réalisés en accord avec la stratégie définie dans la feuille de route de la Métropole.

Axe 4 : Piloter le développement économique de manière soutenable

Les enjeux d'attractivité de Bordeaux sont forts en tourisme d'affaires dans un contexte très concurrentiel mais les premiers résultats dépassent ceux qui précédaient la crise sanitaire. 20 actions de promotion (workshop, eductour, salon) dont 10 à destination de cibles internationales ont été programmées en 2023. Depuis le début de l'année, les actions de promotion, de communication et de prospection du Bordeaux Convention Bureau (BCB) ont permis de qualifier 660 nouveaux contacts dans la base de données clients/prospects. 380 projets d'événements potentiels ont été ouverts au 31 octobre, représentant 386 000 journées congrès (+10% en journées congrès par rapport à 2019). 176 événements ont été confirmés à horizon 2026 représentant 111 000 journées congrès et des retombées économiques estimées à 17M€ (+27% en journées congrès par rapport à 2019). Actuellement, le BCB gère un portefeuille de 170 candidatures à échéance 2028 représentant 420 000 journées congrès potentielles.

Au 31 octobre 2023, **294 professionnels ont été rencontrés lors des actions du service de promotion BtoB loisirs**. Les workshops et eductours se sont centrés sur les pays frontaliers ou à fort apport économique (Allemagne, Espagne, Royaume-Uni, Canada, États-Unis principalement). Deux rendez-vous multi-nationalités ont également été organisés, dont un eductour pour des professionnels européens lors de Bordeaux Fête le Vin réalisé dans le cadre du contrat de destination Bordeaux (19 participants).

Avec le retour des clientèles anglosaxonnes en 2023, l'OTCBM a relancé une **programmation d'excursions dans le vignoble** au plus proche de celle de 2019, avec un produit à la demi-journée proposé quotidiennement d'avril à octobre et permettant de visiter l'ensemble des régions viticoles, ainsi que trois produits à la journée.

De nombreuses actions de communication, avec notamment la création de contenus web en externe pour les réseaux sociaux, **ont renforcé la visibilité de Bordeaux** auprès de ces clientèles nationales et internationales.

Quelques chiffres clés pour illustrer les performances de nos sites et réseaux sociaux :

- **Le site Bordeaux Tourisme a enregistré près de 2 400 000 visites soit une hausse de fréquentation de 42%**
- Les sept campagnes estivales lancées sur les réseaux sociaux ont été vues pas 1,5 millions d'internautes ciblés ce qui a généré 37 000 clics vers le site vitrine de la destination.
- Vidéos réseaux sociaux : les 17 vidéos thématiques publiées tout au long de l'année ont totalisé 1 million de vues sur Instagram et 385 580 vues sur Facebook pour un total très satisfaisant de 1,3 millions de vues.

Des reportages photos en ville et dans le vignoble ont appuyé le nouveau positionnement de la destination. Des actions presse auprès des marchés étrangers cibles ont permis de générer des retombées et d'inspirer journalistes et influenceurs à venir découvrir la destination (263 journalistes et influenceurs accueillis à Bordeaux).

Les éditions 2023 ont été totalement renouvelées, avec la création d'un nouveau support pour la

commercialisation des visites (guide Visiter Bordeaux) et la limitation des tirages pour les adapter aux besoins de mieux en mieux cernés.

Des campagnes de communication ont ciblé les pays de la **Coupe du Monde de Rugby** et les porteurs de billets. Une collaboration avec Bordeaux Métropole, la mairie de Bordeaux et les partenaires touristiques ont permis la création et la diffusion d'outils pour accueillir les clientèles de la RWC 2023 et du Tour de France.

Deux chiffres clés résument les actions de l'OTCBM pour ces deux grands événements sportifs :

- Tous les contenus digitaux dédiés à la RWC 2023 (landing page en français, anglais et espagnol, les articles ont généré environ 50 000 pages vues avec plus de 70% de consultations émanant du Royaume-Uni.
- Les 4 campagnes sponsorisées autour du passage de l'étape du Tour de France à Bordeaux ont touché 575 000 personnes et généré 3 900 clics.

Enfin, **le nouvel outil de gestion de la relation client** est en cours de déploiement. Ce programme indispensable permettra de centraliser tous les contacts BtoC de l'office de tourisme, de les segmenter par origine et centres d'intérêt et d'adapter ainsi notre communication pour apporter un message pertinent et adapté. Le ciblage des campagnes marketing sera ainsi plus qualitatif et moins énergivore. Un important volet data visualisation est intégré à cet outil afin de suivre de manière très précise qui sont nos visiteurs, l'évolution des comportements, des modes de consommation et adapter ainsi nos produits en conséquence.

ACTIONS PREVUES EN 2024

Les axes et les actions prévus en 2024 reprennent le cadre global de la stratégie touristique de Bordeaux Métropole.

Axe 1 : Accompagner l'offre touristique bordelaise dans sa transition responsable

L'année 2024 débutera et se clôturera par **deux événements qui célèbreront les actions de Bordeaux en faveur d'un tourisme responsable** : l'accueil de la cérémonie nationale de remise des certificats Clef Verte aux hôteliers le 22 janvier et la 10^e édition des Universités du Tourisme Durable les 5 et 6 novembre 2024.

Le **programme d'accompagnement des professionnels** dans leur transition se poursuivra avec le déploiement de nouvelles formations pour les certifications Lucie Progress et Ecotable, ainsi que le renouvellement du programme Clef Verte. La journée d'échange de bonnes pratiques sera renouvelée au mois de février, intégrant cette fois-ci un workshop avec des solutions locales et une visite de lieux engagés.

Une **nouvelle distinction** entrera également en vigueur pour identifier et valoriser l'engagement des professionnels métropolitains et le faire connaître auprès du grand public. Plusieurs actions de communication seront menées à cet effet.

La valorisation des solutions locales responsables se poursuivra afin que les entreprises adhérentes puissent les intégrer à leurs prestations, avec notamment leur référencement sur le site professionnel et des interventions lors des temps d'animation du réseau. Animé par la volonté d'engager le maximum de partenaires légitimes à nos côtés et d'intégrer tous les acteurs qui participent au développement touristique et événementiel l'OTCBM proposera à partir de 2024 **une nouvelle adhésion solidaire**. En ligne avec nos engagements d'inclusion et de responsabilité, elle s'adressera aux associations et entreprises de l'économie sociale et solidaire dans les domaines du tourisme et de l'événementiel.

Tout comme en 2023, le programme d'accompagnement intègre des actions plus larges qui visent à **animer, fédérer et engager la communauté des adhérents et partenaires**, parmi lesquelles le développement de nouveaux contenus sur le site professionnel et le renforcement des synergies commerciales entre adhérents loisirs (2^e édition augmentée du workshop).

Le travail concernant les **indicateurs environnementaux du tourisme** devrait se traduire par le prolongement des travaux menés en collaboration avec le CRT Nouvelle-Aquitaine afin de définir des trajectoires de réduction de l'empreinte carbone dans la métropole. Enfin, le GDS Index proposera une nouvelle version entièrement revue de son référentiel, ce qui devrait relever les exigences auxquelles doivent répondre les différentes destinations participantes. Nos actions afin de réduire l'impact environnemental de notre activité vont donc se renforcer. L'ensemble des salariés suivront une Fresque du climat et l'OTCBM a rejoint la Convention des entreprises pour le climat Nouvelle-Aquitaine afin de déployer un plan d'actions environnemental en interne. En externe, le sujet des mobilités douces, et en particulier du cyclotourisme, va être pris à corps par la réalisation d'un état des lieux de l'existant et des besoins afin d'identifier les opportunités d'action.

Un nouveau temps de notre gouvernance participative « **Agora Tourisme Bordeaux** » aura lieu au premier trimestre 2024, afin de présenter le bilan des actions 2023 et continuer à réfléchir ensemble au renouveau de notre activité.

Le comité de pilotage de l'OTCBM a par ailleurs mené une réflexion concernant **le rapport d'activité de l'OTCBM**, document réalisé chaque année et présenté aux adhérents et partenaires lors de l'Assemblée Générale de l'association. Afin de le rendre plus séduisant, il a été acté qu'une nouvelle mouture sera réalisée en 2024, mettant l'accent sur les nouvelles grandes actions menées pendant l'année, au détriment d'un document listant l'exhaustivité des actions menées par l'office de tourisme. Les différents services composant la structure et le lien avec la feuille de route seront par ailleurs mieux valorisés.

Axe 2 : Placer l'habitant au cœur de la vie touristique d'une destination humaine et solidaire

Le recensement entamé en 2023 va se poursuivre pour **identifier les ressources touristiques des communes de la métropole** afin de créer de nouveaux produits guidés ou en autonomie et de développer l'offre de visites-spectacles en partenariat avec l'Été métropolitain et le FAB.

Afin de renforcer les relations avec les communes, une newsletter va être mise en place. La carte valorisant les balades nature et patrimoine « Voyager ici : une année de balades et découvertes dans la métropole », éditée fin 2023, va être largement diffusée.

Les campagnes de notoriété pour **élargir la communauté d'Un Air de Bordeaux** se déploieront sur plusieurs supports avec des partenariats éditoriaux, la présence lors d'événements métropolitains, des campagnes d'affichage et sur les réseaux sociaux.

La poursuite du programme **Bordeaux Solid'air** et des **actions en faveur du public en situation de handicap** prolongeront la volonté de faire de Bordeaux une destination inclusive et accessible à tous les publics. Un groupe de travail interservices a été déployé sur les enjeux du handicap, afin de mieux partager les projets en cours et les besoins et optimiser les ressources à cet effet.

La rédaction d'une **charte de bienveillance interne** a été le thème abordé en collaboration avec 14 personnes de différents services de l'OTCBM lors d'un atelier en 2023. Cette co-construction a permis d'établir les lignes directrices de cette charte et de définir les pilotes de projet. Nous menons ce projet ensemble afin de déployer cette charte de bienveillance début 2024.

Axe 3 : Développer les rencontres professionnelles et les grands événements à impact positif pour le territoire

Dans le cadre du **dispositif Bordeaux Bienvenue**, dont l'ambition est d'offrir un accueil sans couture pour les événements professionnels à haute valeur ajoutée pour le territoire, les avantages existants pour les organisateurs d'événements vont être consolidés et de nouveaux vont être développés. En janvier 2024, le collectif se réunira pour une matinée de travail avec un bilan de l'année 2023 et un atelier de co-création pour imaginer les nouvelles actions à mettre en place. Des actions communes avec le collectif vont également être entreprises sur les enjeux de propreté, sécurité, information et fluidité du parcours participant.

Suite à un atelier interne OTCBM, un groupe de travail travaillera à réutiliser des contenus produits par les services de l'office pour les besoins des organisateurs d'événements professionnels, à travers quatre étapes :

1. Recenser les envies et les besoins et les mettre en regard des contraintes des cibles
2. Créer un répertoire des contenus et fiches pratiques produits par l'OTCBM, classés par thématique, avec les liens vers les contenus
3. Mettre en forme des contenus pour diffusion : idées de parcours en fonction du temps, infos pratiques, etc.
4. Créer un groupe projet avec un référent par service

Au-delà d'un accompagnement logistique pour l'organisation d'événements professionnels (recherche lieu/prestataire), le **Convention Bureau renforce l'accompagnement vers des pratiques vertueuses**, avec :

- Le conseil pour la mise en place de solutions de réduction de l'empreinte environnementale.
- La mise en relation avec des associations pour proposer des contributions environnementales ou sociales afin de contrebalancer l'empreinte environnementale incompressible via notamment des activités solidaires, des sensibilisations, des levées de fonds.
- Le soutien fort des candidatures en lien avec nos filières d'excellence et ambassadeurs (via le dispositif Bordeaux Bienvenue).

L'année 2024 verra aussi évoluer le référentiel ISO 20121 en lien avec les Jeux Olympiques de Paris, dont Bordeaux accueillera certaines épreuves. Ces nouvelles exigences élèveront nos ambitions pour la prochaine édition de Bordeaux Fête le Vin. Les pistes d'évolution dont nous avons eu connaissance renforcent des enjeux sur lesquels nous travaillons déjà, notamment l'alignement avec les objectifs de développement durable de l'ONU et la mesure de l'héritage des rencontres professionnelles.

Axe 4 : Piloter le développement économique de manière soutenable

Le Bordeaux Convention Bureau a pour ambition de **maintenir l'attractivité de la destination tout en**

accompagnant les organisateurs dans la transition des événements sur le territoire, avec 20 actions de promotion dont 10 sur les marchés prioritaires européens, 5 accueils ou eductours et le déploiement d'outils de communication dédiés en 2024.

Un dispositif de newsletters grand public par segment de clientèles loisirs (local, régional, national, européen, hors Europe avec une déclinaison en six langues) accompagnera le **lancement du CRM BtoC**. Cette communication ciblée, plus pertinente et plus qualitative, aura pour objectif de fidéliser la clientèle. Des mailings automatisés permettront également d'améliorer le séjour du client (mail en amont du séjour avec des infos clés, expositions du moment, etc.) et le suivi de sa satisfaction à son retour (avis sur la destination, affiner ses habitudes de consommation avec des données comme le mode de transport et la durée du séjour).

Afin d'affiner nos connaissances de l'expérience visiteurs, l'enquête menée auprès de notre clientèle par l'institut de sondage TCI Research sera renouvelée, la précédente édition ayant eu lieu en 2019.

Pour rayonner en France et à l'international, nous nous appuierons sur des outils digitaux performants qui feront l'objet d'évolutions techniques indispensables et d'**un travail continu sur les contenus pour un meilleur référencement de nos pages** et la visibilité de nos réseaux sociaux. De nouveaux contenus vidéo et photos seront notamment publiés sur les réseaux sociaux avec des campagnes sponsorisées.

Des mediatours et workshops presse sur nos principaux marchés européens cibleront des journalistes à accueillir à Bordeaux, avec un travail intensifié sur la presse et les influenceurs français.

Dans le cadre du contrat de destination Bordeaux, les actions de communication se poursuivront à destination du grand public à l'international avec des publi-rédactionnels, campagnes display et réseaux sociaux. Il a été décidé de poursuivre les efforts de 2023 pour ce sujet sur l'Allemagne. Bordeaux sera également représenté sur le "Eat Festival" de Bruxelles au côté des vins de Bordeaux, d'autre part une fête du vin est à l'étude à Québec pour novembre 2024. A l'identique de 2023, un accueil de professionnels du tourisme de loisirs issus de nos marchés prioritaires européens sera organisé fin juin, nous permettant ainsi de programmer un temps de découverte de Bordeaux Fête le Vin.

Un travail dense de **développement de la place de marché visiter-bordeaux.com** est programmé, afin d'en améliorer le référencement (développement blog, backlinks, etc.).

Les marchés prioritaires fléchés pour la promotion d'agrément BtoB en 2024 sont le Royaume-Uni, la Suisse, la Belgique flamande et les Pays-Bas ainsi que les États-Unis. Les actions envisagées, en présence de partenaires adhérents de l'OTCBM, comprendront des eductours combinés à des demi-journées de workshop à Bordeaux ou des workshops dédiés à Bordeaux réalisés sur les marchés retenus afin de promouvoir la destination auprès des organisateurs de voyages.

Une page web sera déployée sur bordeaux-tourisme.com pour offrir à ces professionnels une source unique d'information avec un référencement des offres par thématique.

Une action spécifique sera menée sur le marché français en conviant les clients fidèles de notre Bureau des

Visites Guidées à venir découvrir les nouveautés de la métropole.

CONCLUSION

En 2023, l'Office de tourisme et des congrès de Bordeaux Métropole a poursuivi la mise en place opérationnelle de la stratégie touristique de Bordeaux Métropole. Les actions entreprises en 2022 ont été renforcées et se sont accompagnées de nouvelles initiatives. L'objectif est de faire de Bordeaux une destination touristique et événementielle responsable et engagée, avec une activité à l'impact environnemental réduit mais aux effets sociaux et économiques locaux décuplés.

Les parties prenantes qui participent à la gouvernance participative « *Agora pour le tourisme à Bordeaux Métropole* » sont informées tous les ans de l'état des lieux de ces actions et des perspectives de l'année suivante. Cette démarche permet de maintenir ouverte une fenêtre de dialogue qui rassemble résidents, entreprises touristiques et événementielles, élus métropolitains, associations et institutions.

Les enjeux de l'année 2024 sont grands puisque nous serons à la moitié de l'échéance de la stratégie touristique qui encourt jusqu'en 2026. Les premières années d'exercice permettront d'apporter des données précises aux indicateurs sur lesquels l'OTCBM s'est engagé : nombre de professionnels engagés dans une démarche responsable, impact et héritage local des rencontres professionnelles accompagnées, nombre de bénéficiaires des actions solidaires, audience locale sur les produits touristiques, etc.

Pour mener à bien l'ensemble de ces projets, nous sollicitons une subvention à hauteur de 3 740 000 euros pour l'année 2024.

	Budget 2023	PROJECTION 31/12/2023	BUDGET 2024
Subvention Métropole Fonctionnement	3 780 000	3 780 000	3 740 000
REPRISE SUR FONDS DE RESERVE	135 103	246 010	180 531
Total Autres Subventions	138 536	215 310	169 457
- CIVB	33 000	33 000	33 000
- Autres subventions (régions, Etat NFC...)	16 536	16 536	16 536
- Contrat de Destination	89 000	89 000	89 000
- Subvention Ademe:formation des organisateurs d'evenements		44 825	12 217
- Subvention TINA Région: Etude des impacts		31 949	5 504
- Subvention TINA Région: Porte Cailhau			13 200
Total Recettes commercialisation	3 210 272	3 074 111	3 268 652
- Boutique	493 225	505 000	517 625
- Prestations Groupes	639 509	537 493	622 000
- Prestations Individuels	690 359	644 424	640 000
- Commissions sur ventes prestataires	178 473	183 975	195 000
- Régie Pub	25 000	12 000	20 000
- Citypass	1 183 706	1 191 220	1 274 027
Cotisations des membres	425 340	431 200	444 136
Autres produits	16 000		
Total recettes	7 705 251	7 746 631	7 802 776

Dépenses	Budget 2023	PROJECTION 31/12/2023	BUDGET 2024
Budget Actions	1 261 500	1 193 446	1 056 939
- Promotion (missions + accueil éductours)	150 000	75 000	100 000
- Convention bureau + Pack Accueil	340 000	320 000	272 000
- Web, contenus, Un air de Bx	230 500	210 000	185 000
- Marketing, ET, observation	70 000	70 000	90 000
- Cotisations	30 000	40 672	30 000
- Communication, Événementiel, Oenotourisme, Relations presse	195 000	185 000	156 000
- Sites et monuments (dépenses d'exploitation)	10 000	10 000	4 000
- Tourisme Durable	117 000	163 774	100 939
- Contrat de Destination	119 000	119 000	119 000
Total Charges commercialisation	2 186 805	2 209 401	2 287 705
- Boutique	292 003	303 000	310 575
- Groupes : Honoraires Guides	163 585	168 773	187 308
- Groupes : Achats Prestations	239 424	216 663	244 682
- Individuels : Honoraires Guides	74 212	149 249	128 224
- Individuels : Achats Prestations	323 601	271 238	260 958
- Citypass	1 023 906	1 030 405	1 090 958
- Adhérents	20 000	20 000	15 000
- Frais commercialisation	50 074	50 074	50 000
Frais Généraux	535 000	535 000	540 000
Charges de Personnel	3 600 000	3 665 000	3 767 000
Amortissements - provisions	121 946	143 784	151 132
Total dépenses	7 705 251	7 746 631	7 802 776

Annexe 3
Modèle de compte-rendu qualitatif et financier

Recommandations pour la présentation du bilan qualitatif et quantitatif d'une subvention de fonctionnement

Cette fiche est destinée à vous aider à la réalisation du bilan de l'action pour laquelle Bordeaux Métropole vous a accordé un financement. Ce bilan doit permettre aux responsables d'association de rendre compte de l'utilisation des subventions accordées.

Nom de l'organisme bénéficiaire :

1. BILAN QUALITATIF ANNUEL

Quelles ont été les actions entreprises ? Décrire précisément les actions mises en œuvre

L'intérêt de votre projet pour la métropole bordelaise :

Quels sont les résultats obtenus par rapport aux objectifs initiaux ?

Liste revue de presse et couverture médiatique :

Liste de vos outils de communication (site internet, plaquettes...) :

2. BILAN FINANCIER

2.1. Fournir le budget financier définitif « signé » faisant apparaître les écarts entre le prévisionnel et le réalisé

2.2. Expliquer et justifier les écarts significatifs éventuels entre le budget prévisionnel de l'action et le budget financier définitif :

2.3. Observations à formuler sur le compte-rendu financier :

Je soussigné(e), (nom et prénom)

représentant(e) légal(e) de l'organisme,

certifie exactes les informations du présent compte rendu

Fait, le : | | | | | | | | | | à

Signature :