

## Opération «Besançon Evasion Week-end» - Subvention à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs

**M. LE MAIRE, Rapporteur** : L'opération «Besançon Evasion Week-end», initiée par Grand-Centre, s'adresse à la clientèle suisse, que les études marketing ont montré intéressée par des excursions et de courts séjours à Besançon.

Prévue pour trois années, elle a été testée au cours de l'année 1994 par une trentaine de commerçants, une dizaine d'hôteliers et de restaurateurs, avec le soutien de l'Etat, de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs, la Ville de Besançon et des participants eux-mêmes.

De plus, en matière de communication, un soutien logistique important a été fourni par la Maison de France en Suisse.

Le taux de satisfaction des participants de l'année 1994 qui ont quasiment tous renouvelé leur cotisation pour 1995 (500 F par participant) ainsi que l'augmentation du nombre de participants montrent l'attrait de cette formule.

Cette année, diverses publications suisses seront sollicitées pour promouvoir cette opération dont le Touring Club de Suisse, le journal France Frontière, la Revue Suisse et le journal de la Maison de la France. Cela représente un potentiel de 500 000 lecteurs.

Sur avis favorable de la Commission Economique, le Conseil Municipal est invité à allouer une subvention de 23 720 F TTC à la Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs, pilote de cette opération.

En cas d'accord, cette somme sera prélevée sur le crédit inscrit au chapitre 961.0/657.30200 du budget primitif de l'exercice courant.

**M. LE MAIRE** : La Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs est le pilote de cette opération en direction de la Suisse. Les actions de promotion de l'an dernier ont coûté 94 500 F.

**M. ANTONY** : Il s'agit simplement, vous l'avez dit Monsieur le Maire, d'une action de communication à destination d'une clientèle suisse, francophone et allémanique que l'on veut inciter à venir passer un week-end complet à Besançon.

**Mlle ZILLI** : Monsieur l'Adjoint, votre rapport est beaucoup moins précis qu'il y a un an, notamment sur la nature de la clientèle visée et la nature des prestations. En avril 1994, il était dit que ce projet novateur entendait promouvoir Besançon auprès d'une clientèle à fort pouvoir d'achat. Il s'agissait de trois mesures : une nuit gratuite à la charge de l'hôtelier, une détaxe sur les articles de luxe à la charge du commerçant, un accueil personnalisé. J'imagine qu'il s'agit du même projet qui s'adressait à 4 000 ressortissants helvétiques triés dans un fichier de 1 300 000 abonnés, propriété de l'Automobile Club Suisse.

On ne peut que se féliciter que des hôteliers, des commerçants, des restaurateurs aient ce genre d'initiative ; c'est du domaine de l'initiative privée. Nous comprenons mal pourquoi la Municipalité persiste dans sa mesure d'accompagnement. On peut peut-être l'admettre, après réflexion, pour la première fois mais nous n'allons tout de même pas nous mettre à servir des rentes à vie chaque fois qu'une initiative privée voit le jour. Il ne faut pas confondre aide exceptionnelle pour favoriser le lancement d'une opération, avec un accord de tacite reconduction. Nous nous abstenons donc une nouvelle fois sur ce projet qui en définitive consiste à pérenniser les privilèges d'une minorité à fort pouvoir d'achat. On dit que l'argent va à l'argent, ce n'est pas une raison pour

faire nôtre cette devise alors qu'une partie importante de nos concitoyens n'a même pas les moyens de partir en vacances.

Je vous suggère, Monsieur l'Adjoint, de réfléchir au moins de manière complémentaire pour aider des familles à revenus modestes ou des jeunes à connaître Besançon sur la formule week-end. L'obstacle dissuasif est souvent les tarifs, faute de structures d'accueil à des prix modiques. A moins que vous me détrompiez à ce sujet, je crois qu'il serait opportun de réfléchir à une structure qui pourrait avoir cette vocation au centre-ville. Je vous remercie de bien vouloir mettre à l'étude cette proposition.

**M. ALAUZET** : Je voulais réaffirmer l'opposition que j'avais indiquée lors de la précédente discussion il y a un an. Je ne vais pas rappeler les arguments. Je rappelle simplement que parmi les propositions qui étaient faites, il y avait l'accessibilité gratuite pour ces personnes au Musée ; dans le même temps, nous avons supprimé l'accessibilité gratuite pour les jeunes Bisontins à ce même Musée. Au-delà des sommes engagées dans cette opération qui sont peu importantes, c'est essentiellement une question d'esprit qui motive mon vote négatif.

**M. ANTONY** : Monsieur le Maire, mes chers collègues, je voudrais vous rappeler qu'il s'agit là de la poursuite d'une action décidée en octobre 1993 par le groupe de pilotage de l'Association Grand-Centre. C'est donc une action qui s'inscrit dans le partenariat. Le programme de communication a été engagé sur trois années ; nous en sommes à la deuxième, la première était un peu expérimentale ; on se rôde et on perfectionne.

J'attire votre attention sur la modicité du coût pour la Ville d'une action de communication qui doit toucher 5 à 600 000 personnes et présenter le meilleur visage de la cité. Il s'agit de rééditer la plaquette de présentation de Besançon en doublant son tirage pour atteindre 10 000 exemplaires et en agrandissant son format pour en augmenter la lisibilité. Elle est rédigée en français et en allemand. Cette plaquette est adressée par la Maison de France en Suisse à une clientèle ciblée et à plusieurs centaines de journalistes suisses. L'an passé, on ainsi contacté 4 000 personnes et 600 journalistes. De plus, comme on l'a fait l'année dernière, on va inviter une dizaine de journalistes suisses à Besançon pour leur présenter la Ville.

En 1994, ils ont écrit des articles élogieux sur Besançon, j'en ai ici quelques-uns. Je vous donnerai un ou deux titres : «Besançon, la Ville qui remonte le temps», «La cité du Doubs aux portes de la Suisse fait les yeux doux aux touristes helvétiques, le franc français y est particulièrement léger», «opération charme vers la Suisse à deux heures à peine de Genève, Besançon capitale de la Franche-Comté a décidé de séduire les Suisses en général et les Romands en particulier» ; je suis ravi. Je vous assure que pour «se payer» une page comme ça dans un journal de Genève, on dépenserait bigrement plus que nos 22 000 F. Mais j'en ai aussi en langue allemande, je ne vais pas vous infliger mon accent allemand ! Il est dit seulement ceci : «un lieu qui plaisait déjà aux Romains, Besançon, une ville française qui joue avec ses charmes».

Le succès de l'opération de 1994 est confirmé par l'augmentation du nombre des participants. L'an passé, il y avait 49 participants parmi les commerçants de Besançon, il y en aura 62 cette année auxquels s'ajoutent, et c'est là qu'il ne s'agit pas seulement d'une opération à caractère privé, des services extérieurs de l'Etat, je pense à la Délégation Régionale au Commerce et à l'Artisanat, ainsi qu'à la Délégation Régionale au Tourisme. Il s'agit d'une opération à caractère économique et à caractère partenarial, cela peut donner du travail aux Bisontins y compris aux serveurs de restaurants et aux vendeurs de nos commerces. Cette année il ne sera pas offert de deuxième nuit gratuite. C'est simplement une action de promotion de Besançon. J'espère que j'ai rassuré ici notre collègue.

**M. HIRSCH** : Monsieur le Maire, je souscris tout à fait aux propos qui ont été tenus par mon voisin. Je crois que toute opération suppose une logique de suivi et dans la mesure où nous l'avons votée l'an dernier et étant donné la modicité de la somme, je crois qu'il paraît logique de continuer cette année pour faire un bilan à distance. Et je dois dire que je me réjouis de tout ce qui peut assurer la promotion d'image de la Ville de Besançon et au besoin favoriser l'emploi. J'ai cru comprendre que le premier intervenant laissait entendre que nous ne donnions pas la priorité au social et que nous préférons, dans le cas particulier, financer des opérations de promotions vis-à-vis de certaines populations ciblées. Je crois qu'en effet, en matière de tourisme, il convient toujours de cibler la population, mais je crois aussi qu'il est hors de question, à moins de ne pas être honnête, de ne pas reconnaître les engagements sociaux de la Ville de Besançon. Quand on compare les sommes engagées, je crois qu'il y a une disproportion qui plaide en faveur de cette dernière opération sur laquelle nous sommes appelés à nous prononcer ce soir. Je vous remercie.

**Mme FOLSCHWEILLER** : Oui, on nous a dit que la deuxième nuit avait disparu mais cela ne concerne pas la Ville. Je voudrais savoir si une entrée gratuite aux musées est offerte à cette clientèle. Est-ce que cela est reconduit ?

**M. ANTONY** : Non. Il y a eu 23 720 F dans une opération de communication à destination des touristes suisses.

**M. LE MAIRE** : Il n'y a donc plus d'entrées gratuites pour le musée. Vous voilà rassurée Madame FOLSCHWEILLER. Chacun a pu s'exprimer.

La discussion est close.

Après en avoir délibéré et sur avis favorable de la Commission du Budget, le Conseil Municipal, à l'unanimité moins six abstentions, adopte cette proposition.