

## Le schéma de développement touristique du Grand Besançon

**M. l'Adjoint MARIOT, Rapporteur :** En mai 1999, la délégation Tourisme décidait de mettre en place une étude pour l'aider à définir une politique cohérente de développement du tourisme de l'agglomération bisontine. Le Conseil Municipal approuvait cette décision dans sa délibération du 10 mai 1999.

Capitale de la Région de Franche-Comté, Besançon possède de nombreux atouts touristiques et notamment patrimoniaux. La Ville offre, par ailleurs, un éventail d'activités touristiques et de loisirs non négligeable. Toutefois, ce potentiel souffre de cloisonnement et la Ville se trouve confrontée à un déficit d'image et de notoriété.

Consciente de l'intérêt économique que peut représenter l'activité touristique pour la Ville et son agglomération, la délégation Économie, Emploi, Tourisme souhaite exploiter ce potentiel. Elle sait que, pour placer le développement de l'offre touristique et de loisirs dans des conditions optimales de réussite, devant induire des retombées économiques significatives, l'offre existante et en projet doit être organisée autour d'un schéma de cohérence.

Elle a d'ores et déjà défini deux objectifs principaux pour le développement touristique et économique d'ici 2010.

### 1 - ACCROÎTRE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

en 1999 = 1,5 millions nuitées

#### POUR AUGMENTER LE CHIFFRE D'AFFAIRES LIÉ AUX NUITÉES

Le poids des dépenses touristiques annuelles dans le grand Besançon est de l'ordre de 300 à 335 millions de francs (voir annexe : les retombées économiques)

### 2 - AUGMENTER LE NOMBRE ET LA QUALITE DES SERVICES LIES AU TOURISME

303 entreprises en (hôtels, restaurants, sociétés de services)

#### POUR AUGMENTER LE NOMBRE D'EMPLOIS SALARIES

1 772 effectifs salariés en 1999 (source INSEE).

La délégation Tourisme a obtenu à titre gracieux le soutien logistique de l'AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique) qui l'a accompagnée tout au long de la **démarche stratégique participative** qu'elle lui a conseillée de mettre en place pour élaborer in fine un plan d'actions pluriannuel (au total plus de 300 partenaires et acteurs touristiques ont été réunis ou rencontrés en entretiens individuels).

Pour l'assister dans cette mission, la délégation Tourisme a souhaité faire appel à un cabinet de conseil et a lancé un appel d'offres au printemps 1999.

Le Cabinet DGCA a été retenu à l'issue de la consultation. Le montant du marché s'élevait à 44 308 € (290 646 F) selon le plan de financement suivant :

- État : 5 538 € (36 330 F)
- Région : 11 077 € (72 661 F)
- District : 7 622 € (50 000 F)
- Ville : 20 071 € (131 655 F).

Le Cabinet DGCA a proposé de conduire l'étude en quatre phases distinctes :

1 - Diagnostic stratégique (décembre 1999) :

- Synthétiser les points forts, les dysfonctionnements et les potentialités de développement touristique.

- Faire adhérer tous les partenaires à un constat reconnu de tous :

- . bilan des procédures et études,
- . diagnostic économique,
- . diagnostic de la dynamique d'organisation des acteurs.

2 - Élaboration d'une stratégie globale de développement (janvier 2000) :

- Mettre en évidence des objectifs fondamentaux du développement touristique.
- Déterminer le positionnement du territoire.
- Élaborer les scénarii possibles.
- Mettre en évidence le scénario le plus pertinent.

3 - Plan d'actions (31 mars 2000) :

- Définir les objectifs précis.
- Répartir les thèmes d'intervention et actions retenues et les moyens nécessaires (forme de fiches actions).

4 - Communication interne et mobilisation après la délibération du Conseil Municipal :

Deux structures ont été mises en place pour suivre le déroulement de l'étude.

**Un comité de pilotage** composé de 19 personnes : chefs de service de la Ville, représentants de l'État, Conseil Régional, Conseil Général, District, AFIT et piloté par l'adjoint et l'attaché au tourisme : il a eu pour rôle l'encadrement technique, la validation technique à chaque étape et la transmission pour décision politique au Comité Décisionnel.

**Un comité décisionnel** composé de 11 personnes : les adjoints de la Ville en charge de la Culture, des Bâtiments, de l'Urbanisme, de la Voirie, de la Communication, certains conseillers municipaux de la Commission Tourisme et un conseiller distric. Il était piloté par l'adjoint au tourisme. Il a validé les propositions du Comité de Pilotage à l'issue de chacune des 4 phases de l'étude (Voir méthodologie participative détaillée en Annexe I).

## I - SYNTHÈSE DU DIAGNOSTIC STRATÉGIQUE

Pour synthétiser les forces et faiblesses du tourisme à Besançon décrites dans le document «Diagnostic stratégique», nous les avons présentées en «face à face» au sein d'un tableau, ce qui met en évidence tout à la fois les points sur lesquels s'appuyer et ceux qui sont à améliorer.

L'étude commandée en 1999 était circonscrite au territoire du District appelé dans les documents «le Grand Besançon».

L'extension du district à la Communauté d'Agglomération ne modifie pas de façon conséquente les conclusions apportées par l'étude, car l'offre actuelle en produits touristiques se trouve essentiellement dans l'hyper-centre de Besançon et dans quelques sites de l'agglomération (Nancray, Osselle) ; quant à l'hébergement, il se concentre à Besançon avec 1 065 chambres contre 364 chambres dans les autres communes de l'agglomération (dont 334 dans les communes de l'ancien district).

FORCES		FAIBLESSES
<p>ACCES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un bassin de clientèles de proximité important.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une accessibilité «paradoxe»</li> </ul>
<p>PATRIMOINE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un patrimoine bâti et culturel, centré sur Besançon, important et riche : <ul style="list-style-type: none"> <li>• l'architecture,</li> <li>• la Citadelle,</li> <li>• l'ensemble des musées.</li> </ul> </li> <li>• Une stratégie de «relance» de la Citadelle efficace, entraînant les niveaux de fréquentation de l'ensemble des musées.</li> <li>• Un remarquable projet de «Musée du Temps», qui peut devenir un lieu emblématique de la Ville et support de notoriété.</li> <li>• Une connexion possible de ce «Musée du Temps» avec les entreprises bisontines.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Une trop forte concentration des visiteurs sur la Citadelle, générant des retombées plus faibles que celles qu'on serait en droit d'attendre.</li> <li>• Une valorisation du patrimoine architectural insuffisante (manque d'outils de découverte).</li> <li>• Le problème de l'accessibilité au Musée Comtois et au Musée de la Résistance en cas de fermeture de la Citadelle l'hiver.</li> <li>• Une lisibilité quelquefois difficile de l'offre «historique» de la Citadelle</li> <li>• Des risques liés à une ouverture échelonnée du Musée du Temps.</li> <li>• Une culture et une pratique du Tourisme industriel quasi inexistante.</li> </ul>

FORCES		FAIBLESSES
<p><b>SITES ET NOTORIETE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une situation idéale sur le Doubs en matière de tourisme fluvial.</li>   <li>• Un contexte de ville capitale régionale favorable en termes de services et animations au développement du tourisme urbain.</li>   <li>• Des «ressources» culturelles et théâtrales importantes.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des équipements d'accueil (halte nautique) insuffisants.</li>   <li>• Une faiblesse de notoriété, comparable à celle de la région Franche-Comté.</li>   <li>• Trop de ces «ressources» culturelles et théâtrales restent inexploitées.</li>   <li>• Un manque d'événementiel.</li> </ul>
<p><b>HEBERGEMENT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des hébergements marchands en nombre relativement conséquent.</li>   <li>• Une capacité d'accueil en hôtellerie relativement importante.</li>   <li>• Une assez bonne répartition des chambres par catégories.</li>   <li>• Un rapport qualité/prix de l'hôtellerie jugé bon par les clients actuels.</li>   <li>• Un accueil considéré comme bon par les clients, au niveau des hébergements, de la restauration et des commerces.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Des hébergements marchands largement dominés par les hôtels.</li>   <li>• Une certaine faiblesse de la capacité hôtelière dans le centre touristique.</li>   <li>• Une offre hôtelière globalement vétuste.</li>   <li>• La fermeture annoncée d'un 3*.</li>   <li>• Absence d'un 4*.</li> </ul>

FORCES		FAIBLESSES
<p><b>PROMOTION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un office du tourisme assurant bien sa mission d'accueil.</li> </ul>          <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une nouvelle organisation congrès efficace et dotée de moyens.</li> </ul>	⇔	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manque de ressources extérieures</li> <li>• Une absence de stratégie marketing.</li> <li>• Une absence de politique commerciale (montage de produits, mise en marché...).</li> <li>• Service de guides insuffisamment développé.</li> <li>• Des résultats faibles (voir radioscopie des OTSI par la FNOTSI en 2000)</li> <li>• Une articulation entre les «prestataires» de salles perfectible.</li> </ul>
<p><b>CULTURE TOURISTIQUE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un noyau dur d'acteurs dynamiques.</li> </ul>     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une dimension «tourisme et loisirs» bien prise en compte dans les grands projets municipaux et districaux.</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des clientèles en concordance avec l'offre : <ul style="list-style-type: none"> <li>• une clientèle de tourisme urbain,</li> <li>• une clientèle de tourisme culturel et patrimonial,</li> <li>• une clientèle loisirs et découverte.</li> </ul> </li> </ul>  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des retombées économiques significatives.</li> </ul>	⇔	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un très important déficit de culture touristique et de prise en compte des attentes des clients chez certains «acteurs» et au sein même de «l'entreprise» mairie.</li> <li>• D'importants cloisonnements et des manques de coordination.</li> <li>• Des clientèles de CSP (Catégories Sociales et Professionnelles) moyennes/basses.</li> <li>• Une dominante de clientèles d'excursionnistes.</li> <li>• Mais pouvant être majorées et devant être utilisées comme outil de motivation des acteurs.</li> </ul>

Le constat des forces et faiblesses a conduit le comité de pilotage de l'étude à définir les orientations stratégiques qui découlent d'une seule logique de développement, celle qui consiste à s'appuyer sur les éléments forts de l'offre du Grand Besançon et à gommer ou atténuer les faiblesses ou dysfonctionnements.

## II - LES ORIENTATIONS STRATEGIQUES

→ Une stratégie qui se veut pertinente doit s'appuyer sur **les principes guides suivants** :

- La **cohérence des objectifs avec les enjeux de développement** qui permet de sélectionner et hiérarchiser les actions et ne pas se contenter de proposer un catalogue d'actions pour lesquelles l'urgence ou l'importance ne s'imposent pas à toutes.

- La **concentration des moyens** nécessaire pour atteindre les seuils critiques et faire jouer pleinement l'effet de levier nécessaire.

- La **continuité dans le temps des efforts** qui permet de bénéficier des effets de capitalisation possibles.

- La **cohésion des acteurs du Grand Besançon**, des acteurs institutionnels mais aussi des prestataires.

- La **prise en compte d'actions sortant du cadre territorial** nous semble impérative. Cela signifie notamment que l'on soumette nos actions au principe de la subsidiarité à des actions territoriales plus larges pouvant présenter un intérêt réel pour le développement du Grand Besançon (par exemple la vélo-route Nantes - Budapest ou le schéma de réaménagement de la voie fluviale Saône-Rhône). Cela signifie également que l'on puisse monter des produits avec le Pays Horloger, voire avec son homologue suisse.

→ Après avoir mis en évidence les objectifs fondamentaux du développement touristique et après avoir élaboré les scénarii possibles, le scénario le plus pertinent a été mis en évidence par le comité de pilotage. Il s'appuie sur 5 axes majeurs :

❶

Mieux accueillir les visiteurs

❷

Mettre en valeur et compléter l'offre existante

❸

Mettre en place une promotion et une mise en marché performante

❹

Impliquer, mobiliser l'ensemble des acteurs et assurer leur coordination

❺

Mesurer l'évolution de l'activité touristique

Chacun des 5 axes majeurs décline des objectifs multiples et nécessaires au développement du Grand Besançon. Ils sont cités ci-dessous dans leurs grandes lignes mais présentés et argumentés dans le document phase 2 de l'Etude «Orientations stratégiques».

**II . 1 - Mieux accueillir les visiteurs**

- 1 - Améliorer l'accessibilité
- 2 - Faciliter le déplacement entre les sites
- 3 - Travailler l'esthétique de la Ville
- 4 - Former et sensibiliser à l'accueil
- 5 - Implanter du mobilier de confort
- 6 - Mieux informer les visiteurs
- 7 - Réfléchir à une implantation optimisée pour l'office du tourisme

**II . 2 - Mettre en valeur et compléter l'offre existante****A - Organiser l'offre autour des patrimoines**

- 1 - Poursuivre la valorisation «spectaculaire» du site
- 2 - Concevoir un dispositif d'interprétation du patrimoine architectural
- 3 - Accompagner judicieusement l'ouverture du Musée du Temps
- 4 - Assurer une meilleure coordination des sites
- 5 - Mettre en valeur le Doubs comme élément structurant du patrimoine.

**B - Animation et événementiel**

- 1 - Créer un événement fort
- 2 - Améliorer l'animation d'été
- 3 - Faciliter l'accès des touristes de passage aux manifestations culturelles et sportives existantes

**C - Hébergements**

- 1 - Inciter et aider à la mise aux normes des lits hôteliers
- 2 - Rénover la halte nautique
- 3 - Etudier l'opportunité de la création d'un nouveau camping
- 4 - Créer plusieurs aires pour camping-cars
- 5 - Envisager une meilleure réponse aux besoins spécifiques d'hébergement des jeunes
- 6 - Créer des chambres d'hôtes

**II . 3 - Mettre en place une promotion et une mise en marché performantes**

- 1 - Mise en marché professionnelle et efficace avec un Office de Tourisme performant
- 2 - Communication basée sur la thématique du temps
- 3 - Coordination de la promotion au sein d'une structure ad'hoc
- 4 - Définition des axes de travail prioritaires
- 5 - Création de produits touristiques dans une démarche marketing
- 6 - Poursuite de l'action de Besançon Congrès

## **II . 4 - Impliquer, mobiliser l'ensemble des acteurs**

**1 - Elaborer une grille du «Qui fait quoi ?»**

**2 - Définir une instance permanente de proposition et suivi**

**3 - Coordonner le fonctionnement et la circulation de l'information afin d'optimiser les prises de décision.**

## **II . 5 - Mesurer l'évolution de l'activité touristique**

**1 - Mettre en place un observatoire local du tourisme.**

**2 - Assurer un suivi qualitatif de la satisfaction du client.**

**3 - Analyser les résultats et les exploiter.**

Partant des orientations stratégiques clairement énoncées, les groupes de travail thématiques et le comité de pilotage de l'étude ont abouti à la proposition de 40 actions à mettre en oeuvre pour assurer un meilleur développement touristique.

L'ensemble des actions constituent le schéma touristique de l'agglomération.

## **III - LES ACTIONS DU SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE «PLANS D' ACTIONS»**

La Ville est maître d'ouvrage pour une grande partie des fiches actions. La Communauté d'Agglomération pour sa part, a la maîtrise de 7 projets et l'OTSI doit mettre en oeuvre 9 actions (voir document phase 3 - Plan d'actions pour avoir une information détaillée.)

Ces actions sont regroupées autour de 7 axes de travail :

1 - Accéder, stationner, se déplacer

2 - Poursuivre la valorisation de l'espace

3 - Faciliter la découverte et la compréhension du patrimoine

4 - Développer animations et événements

5 - Améliorer et diversifier les hébergements

6 - Organiser et professionnaliser

7 - Communiquer, promouvoir et commercialiser.

### **1. ACCEDER, STATIONNER, SE DEPLACER**

#### **1.1 Poursuivre le traitement des entrées d'agglomération et de Ville**

• Donner une première image de la Ville plus valorisante que celle donnée actuellement.

• Inciter à découvrir la Ville en aménageant notamment des panneaux présentant l'ensemble du site du centre-ville historique.

(CAGB = Maître d'ouvrage)

#### **1.2 Renforcer la signalisation touristique directionnelle routière**

• Faciliter l'accueil des touristes par une signalisation indiquant le centre touristique sur les distances, souvent importantes, entre le panneau indicateur d'entrée de ville et le centre-ville (ex : RN 73 en venant de Dole = 10 km et RN 57 en venant de Belfort = 4,5 km)



- Faciliter la diffusion des touristes vers les parkings proches des sites par un système de signalisation dynamique des parkings.

### **1.3 Améliorer la signalisation touristique directionnelle d'accès aux sites pour les piétons**

- Faciliter l'accueil des touristes en mettant en place des Relais d'Information Service (RIS) avec plan de la Ville dans les parkings du Centre-Ville.
- Faciliter leur accès aux sites, puis leur retour à leur véhicule en indiquant les monuments majeurs et les parkings.

### **1.4 Créer des points de dépose et reprise des clientèles d'autocars**

- Faciliter l'accueil des autocaristes dont la clientèle est majoritairement de troisième âge ou des scolaires en leur permettant de déposer les touristes dans de bonnes conditions (confort et sécurité) tout près des sites :

Trois points sont proposés :

- 1 - Marché / Musée Beaux-Arts dans le cadre de l'aménagement en cours.
  - 2 - Musée du Temps. Le point de dépose pourra desservir le Musée du Temps, l'Hôtel de Ville, le Palais de Justice, la Place Victor Hugo et la Cathédrale St-Jean.
  - 3 - Secteur Port Fluvial - Rivotte pour desservir le Petit Train, les bateaux mouches.
- Favoriser et accroître la consommation des sites par les clientèles groupes.

### **1.5 Créer un espace stationnement pour les autocars de tourisme**

- Favoriser et accroître la consommation de Besançon et des sites par les clientèles groupes et autocaristes en trouvant un site d'accès relativement aisé par rapport à la Boucle (à moins de 10 mn du centre-ville - le site du port fluvial est pressenti) et en aménageant un équipement attractif pour les chauffeurs et touristes, qui doit être doté d'un espace de détente, toilettes, salons, distributeurs de boissons et un relais de l'Office de Tourisme.

### **1.6 Mener une réflexion prospective sur un accès en site propre pour la Citadelle**

- Améliorer les conditions d'accès à la Citadelle sans obérer la qualité de visite de la Boucle ,
- Prévoir les effets de l'accroissement des fréquentations,
- Assurer une meilleure diffusion dans la Ville des clientèles de la Citadelle.

## **2. POURSUIVRE LA VALORISATION DE L'ESPACE**

### **2.1 Etendre et faire respecter le secteur piétonnier**

• Le triplement du secteur piétonnier est inscrit dans le PDU. Il incitera ainsi à mieux découvrir la Ville en flânant et à développer le tourisme urbain.

• Il conviendra toutefois d'intégrer dans la réflexion les contraintes d'accès pour les touristes aux principaux sites touristiques et aux parkings.

### **2.2 Assurer la propreté des espaces publics.**

• Accroître l'image qualitative de la Ville et de l'hyper-centre.

• Créer un groupe de travail propreté.

### **2.3 Valoriser les jardins et espaces verts**

• Elargir l'éventail de l'offre en matière de tourisme urbain (le tourisme de jardin représente en France 20 millions de visiteurs par an) :

Comment :

- en mettant en valeur 3 espaces verts emblématiques de la Boucle (Square Castan, promenade Granvelle, promenade Chamars).

- en communiquant mieux sur les jardins (documents, visites guidées).

### **2.4 Valoriser les ponts**

• Rendre plus lisible le Doubs, élément structurant de la Ville.

• Donner un caractère plus festif et solenniser l'accueil du visiteur dans la Boucle. Les modes de valorisation peuvent être des bannières, étendard, fleurissement, pont marché, pont bouquiniste...

### **2.5 Aménager les points de vision de l'agglomération**

• Donner l'occasion de découvrir différemment la Ville.

• Aménager l'accès aux sites Forts de Chaudanne et Bregille, les belvédères de Montferrand et Montfaucon, Notre Dame du Mont de Thoraize. Aménager des points de stationnements et outils d'interprétation et de lecture du paysage  
(CAGB = Maître d'ouvrage)

### **2.6 Poursuivre opportunément la mise en lumière**

• Mettre en valeur les éléments marquants du patrimoine.

• Inciter à une découverte nocturne de la Ville (ex : Bourges)

### **2.7 Aménager les rives du Doubs**

- Se donner les moyens de développer le tourisme fluvial :
  - accueil de 50 bateaux de plaisance sur une halte linéaire
  - capitainerie et services de la Ville
  - accueil de péniches animation, péniches hôtel
  - accompagnement par des chemins piétons et vélos.  
(Maître d'ouvrage : CAGB)

### **2.8 Implanter du mobilier de confort**

Rendre plus aisée pour tout public et par tout temps la découverte de la Ville et des sites en aménageant :

- des abris près des lieux d'attente de bus, petit train, taxis, navette Citadelle
- des bancs près des lieux d'attente
- des toilettes près des sites (parking autocar, petit train, tourisme fluvial, centre-ville).

## **3. FACILITER LA DECOUVERTE ET LA COMPREHENSION DU PATRIMOINE**

### **3.1 Développer les outils d'aide à la découverte patrimoniale de la Ville**

• Besançon est une des villes de France les plus riches en terme de patrimoine bâti urbain, mais elle ne dispose, contrairement à beaucoup d'autres villes, d'aucune signalétique informative et d'interprétation incitant le visiteur à déambuler plus loin dans la Boucle.

• Nécessité de mettre en place des panneaux de balise, devant les édifices classés donnant un minimum d'informations et d'explications et incitant à en apprendre plus.

• Rendre opérationnels des circuits thématiques (grâce à une numérotation renvoyant à un document papier ou audio guide).

### **3.2 Mener une réflexion sur l'opportunité de la création d'un lieu d'accueil «tourisme, patrimoine et aménagement urbain»**

• Commission de réflexion sur la faisabilité du regroupement au rez-de-chaussée de l'Hôtel de Ville d'un véritable lieu d'accueil touristique et patrimonial où seraient regroupés :

- l'Office de Tourisme (en totalité ou partiellement) : service accueil et salle pour préparer les visites guidées.
- le secteur Ville d'art et d'histoire, salle du patrimoine.

### **3.3 Donner les moyens au Musée des Beaux-Arts de mieux répondre aux attentes d'un large public**

- Accroître son attractivité afin de le remettre en adéquation avec la qualité et la richesse des collections :

- en conduisant des travaux de ravalement de façade et de mise en sécurité dans le cadre de l'aménagement de la Place du Marché.

- en aménageant le hall d'entrée (accueil, boutique vestiaire, toilettes, sièges).

- en mettant en place une signalétique directionnelle (à l'extérieur du Musée), une signalétique fonctionnelle à l'intérieur et un parcours muséographique.

### **3.4 Préparer les conditions du développement du tourisme industriel**

- Les visites d'entreprises représentent plus de 10 millions de visiteurs par an. Même s'il n'est pas un axe prioritaire du développement touristique du fait que les entreprises locales sont souvent très «pointues», mais à faible notoriété pour le grand public (excepté MATY), il semble nécessaire de préparer les conditions de son développement.

- recenser et évaluer l'offre.

- convaincre et accompagner les entreprises à l'ouverture au public.

### **3.5 Accompagner le développement du tourisme industriel dans le domaine des micro-techniques en liaison avec le Musée du Temps**

Le fonctionnement de la «salle des partenaires» au Musée du Temps, permettant une connexion avec le monde de l'industrie horlogère et de la haute technologie, pourrait servir de tête de pont à un développement du tourisme industriel.

## **4. DEVELOPPER LES ANIMATIONS ET EVENEMENTS**

### **4.1 Créer un événement culturel phare ayant un impact touristique**

- La tradition musicale est ancienne et très forte à Besançon. Le Festival de Musique créé en 1947 très vite doublé du concours du jeune chef d'orchestre a contribué à l'émergence de cette tradition et à la notoriété de la Ville. Aujourd'hui, ce festival n'a plus l'aura d'autrefois.

- Il conviendrait de créer un événement phare qui qualifie Besançon à la fois au plan artistique et culturel, en même temps qu'au plan touristique.

- Mettre en place un groupe de réflexion.

### **4.2 Optimiser les animations**

- Tout au long de l'année, un programme d'animations variées est proposé à Besançon émanant de plusieurs services de la Ville (Communication, Action Culturelle, secteur commerce) et autres structures (SEM Citadelle, Comité des Fêtes, Union des Commerçants, Centre de Linguistique Appliquée...)

- Afin d'optimiser celles-ci et d'assurer une cohérence, il paraît judicieux de constituer un groupe de travail sur ce thème en octobre et novembre pour établir bilan et prospective pour l'année à venir.

## **5. AMELIORER ET DIVERSIFIER LES HEBERGEMENTS**

### **5.1 Inciter et aider à la rénovation de l'hôtellerie indépendante du centre-ville historique**

• Un grand nombre d'établissements hôteliers indépendants de milieu de gamme (2 étoiles) ne répondent plus aux exigences qualitatives des clientèles «culturelles» actuelles consommatrices d'un tourisme urbain de qualité. Des travaux de remise à niveau et requalification seraient indispensables.

Aujourd'hui des dispositifs d'aide publique motivants ont été élaborés, dans le cadre du XIIème contrat de plan Etat - Région. Il s'agit d'un ambitieux contrat de progrès en faveur de l'hôtellerie familiale avec la profession hôtelière.

- Il faut faire connaître l'existence de ces dispositifs auprès des hôteliers.
- et apporter une assistance technique (aider au montage des dossiers).

### **5.2 Aider à la rénovation du Centre International de Séjour**

• Le CIS constitue un élément essentiel de l'activité touristique de Besançon (avec 142 lits, il accueille des jeunes et des groupes : entre 18 000 et 25 000 nuitées).

Malgré une gestion dynamique, il voit sa fréquentation s'effriter régulièrement suite au vieillissement de sa structure et notamment de ses chambres. Il est donc nécessaire de lui redonner les moyens de répondre aux attentes de sa clientèle potentielle, de reprendre son rôle dans le développement du tourisme social.

### **5.3 Aider à la création de chambre d'hôtes et de gîtes**

• Pour mieux répondre à la demande de certains segments de la clientèle, il conviendrait de créer des dizaines de chambres d'hôtes et des gîtes dans les communes rurales de l'agglomération.  
(CAGB = maître d'ouvrage).

### **5.4 Créer plusieurs aires pour camping-cars**

• Pour capter la clientèle d'Europe du Nord voyageant en camping-car et au pouvoir d'achat conséquent, il conviendrait de créer plusieurs aires de stationnement dans l'agglomération dont une à proximité de la Boucle (le camping de Chalezeule étant trop éloigné) pour permettre aux voyageurs de visiter les sites et de fréquenter les commerces. Un aménagement paysager de l'environnement de l'aire pourrait être réalisé dans le cadre du réaménagement du port fluvial ou sur le parking Chardonnet près de la passerelle pour piéton.  
(CAGB : Maître d'ouvrage).

### **5.5 Réfléchir à une implantation pour un camping situé dans un cadre naturel de qualité**

• Le camping de Chalezeule souffre d'un handicap majeur, notamment d'une implantation dans un environnement peu compatible avec les séjours et les repos. Aussi le visiteur ne reste qu'une nuit, ce qui est préjudiciable à l'incitation à la découverte de la Ville.

• Il faut donc sensibiliser la Communauté d'Agglomération du Grand Besançon pour la création d'un camping de séjour  
(CAGB = maître d'ouvrage)

## **6. ORGANISER ET PROFESSIONNALISER**

### **6.1 Renforcer le service Tourisme de la Ville**

- pour permettre la mise en application et l'animation du schéma touristique et assurer le suivi des 40 actions préconisées
  - pour rendre compte au Comité de pilotage du suivi du schéma (réunions, bilans...)
  - assister les maîtres d'ouvrage en terme d'ingénierie et montage de dossiers
  - favoriser la communication interne
  - continuer à assurer le suivi des dossiers de délégation de services publics (Office de Tourisme, Casino Municipal, Petit train, etc.)
  - assurer la liaison avec la CAGB.
- Recruter en interne un cadre B et un cadre C auprès du cadre A pour disposer d'un service minimum.

### **6.2 Créer une instance permanente**

- Constituer un comité de pilotage composé d'élus, techniciens et prestataires pour assurer le suivi du schéma et émettre des avis sur tout projet.

### **6.3 Former les acteurs du Tourisme**

- professionnaliser les acteurs en leur apportant les outils comportementaux leur permettant de mieux répondre aux attentes des clients.
- réaliser un audit des besoins en formation sur 5 ans :
  - formation comportementale : accueil, communication, relations interpersonnelles.
  - formation plus technique : qualité, politique tarifaire...
  - formation aux langues étrangères.

### **6.4 Mettre en oeuvre une démarche qualité**

- C'est un outil de notoriété et d'efficacité pour fidéliser les clients et en attirer de nouveaux et pour accroître la valeur ajoutée touristique de l'agglomération.
- Cette démarche qualité ne peut être mise en oeuvre qu'après la réalisation du plan de formation.

### **6.5 Communiquer en interne sur l'activité touristique**

Pour développer une culture touristique.

Concevoir et diffuser régulièrement une lettre du tourisme du Grand Besançon destinée à tous les acteurs.

Diffuser les bilans de l'observation.  
(Office de Tourisme = maître d'ouvrage).

### **6.6 Organiser des «journées du tourisme»**

Pour améliorer le dialogue entre prestataire et industriel, pour permettre aux acteurs de mieux se connaître, pour faire naître une solidarité interprofessionnelle.

Pour développer une culture touristique et mieux faire prendre conscience de l'importance du tourisme, une journée de bilan prospective située à l'automne serait l'occasion de faire le point sur les aspects positifs et négatifs de la saison écoulée. Elle permettrait de rappeler la stratégie marketing et de présenter les actions envisagées pour la saison future.

(Office de Tourisme = maître d'ouvrage)

### **6.7 Réaliser et diffuser aux élus et professionnels un guide du «Qui fait quoi ?»**

Il s'agit de concevoir, éditer et diffuser largement un classeur (permettant une réactualisation par simple changement de fiches) comprenant les coordonnées et profils de tous les intervenants dans le domaine du tourisme.

(Office de Tourisme : maître d'ouvrage).

### **6.8 Mettre en place une observation locale de l'activité touristique**

- Sous la forte pression de la délégation tourisme de la Ville, l'Office de Tourisme vient de créer son RIET (Réseau d'Information sur l'Economie du Tourisme) local en liaison avec l'Observatoire de la Région Franche-Comté.

- Il conviendra de mettre en place des indicateurs quantitatifs et qualitatifs pour mieux connaître notre clientèle et la fidéliser pour mieux orienter nos investissements dans un plan marketing.

(Office de Tourisme : maître d'ouvrage).

### **6.9 Optimiser le service des visites guidées**

- L'Office de Tourisme n'emploie actuellement et depuis plusieurs années que 3 guides conférenciers. Il ne peut satisfaire honorablement la demande des visiteurs d'une ville touristique comme Besançon (dans les villes touristiques de même importance, le service de guidage repose sur 10 à 20 personnes).

- Le chiffre d'affaires des produits et visites guidées de 27 500 € / an (180 000 F) devrait se rapprocher de la moyenne nationale 183 000 € / an (1 200 000 F). [Dijon : 250 000 € (1 650 000 F)].

(Office de Tourisme : maître d'ouvrage)

## **7. COMMUNIQUER, PROMOUVOIR et COMMERCIALISER**

### **7.1 Créer un comité de coordination de la promotion**

- Constituer autour de l'Office de Tourisme un comité de coordination de la promotion composé de techniciens de l'Office de Tourisme, du service Tourisme de la Ville, du CRT, de l'ADED et de quelques prestataires privés pour mettre en cohérence les diverses actions de promotion afin d'être plus efficace.

- Un comité se réunissant au moins deux fois par an.

(Office de Tourisme : Maître d'ouvrage)

### **7.2 Mieux informer les visiteurs par la création d'un guide accueil**

Le document d'appel existe «Besançon, le temps d'une rencontre» ; il convient de créer un guide d'accueil facilitateur d'aide à la découverte et à la consommation du Grand Besançon.  
(Office de Tourisme : Maître d'ouvrage)

### **7.3 Mieux informer les visiteurs par la mise en place de présentoirs de l'offre touristique**

Il s'agit de concevoir et mettre en place un dispositif simple de présentation des ressources touristiques, lieux d'accueil, activités, lieux de promenade, etc. du Grand Besançon mis à la libre consultation des clients dans les lieux fréquentés par les touristes (Office de Tourisme, Mairie, hôtels, restaurants...)  
(CAGB : Maître d'ouvrage)

### **7.4 Constituer des pass inter-sites**

L'incitation à l'accroissement de la consommation des divers sites passe par la promotion de ces sites (documents d'appel, documents d'accueil, signalétique...) et également par la mise en place d'un système d'incitation financière (réductions ou avantages accordés).

- Créer des outils permettant de faciliter la découverte des sites et d'accroître la consommation :

Pass City-Card (comme Cognac, Avignon) ou chéquier (Amiens).

### **7.5 Construire et vendre des produits selon une démarche marketing**

- Avoir davantage de clients, les faire dépenser plus.
- S'inscrire dans des stratégies commerciales et marketing (se préoccuper d'abord de la demande... en fonction de l'offre).

L'Office de Tourisme doit intervenir là où il y a carence ou désintérêt du privé (des agences réceptives), comme la loi de 1992 l'y autorise.

- Elaborer des plans marketing pluri-annuels  
(Office de Tourisme = maître d'ouvrage)

## **IV - PLANNING DU SCHEMA ET FINANCEMENT**

Le schéma de développement touristique est une démarche prospective de politique touristique. Il constitue un cadre dans lequel s'inscrit un ensemble d'actions à mettre en oeuvre durant ce mandat, voire pour certaines actions au-delà du mandat.

La programmation de ces actions sera décidée chaque année par le comité de pilotage qui votera les crédits afférents en fonction des priorités de la Municipalité, des disponibilités des crédits de la Ville, des enveloppes budgétaires annuelles des délégations concernées et des participations des partenaires de la Ville (Etat, Région, Département, OTSI, CCI, etc.).

C'est la raison pour laquelle il ne peut être établi par avance de coût global pour l'ensemble du schéma.



La délégation du tourisme préconise le planning suivant composé de 7 tableaux présentant par thématique et sur 6 ans les 40 fiches actions à mettre en oeuvre.

Ce planning va au-delà du simple catalogue d'actions qui viennent d'être énumérées puisqu'il prend en compte l'urgence ou l'importance de certaines actions et établit une priorité ou une hiérarchisation de celles-ci.

### 1. ACCEDER, STATIONNER, SE DEPLACER (Actions à mettre en oeuvre par ordre de priorité)

#### VILLE

	2002	2003	2004	2005	2006
1.2 Signalisation Touristique routière	- Signalisation d'accès au Casino Municipal et Camping - 2 panneaux d'information touristique sur la Rocade	- Création 2 RIS entrées de Ville (routes Gray et Vesoul) Actualisation du plan de la Ville	Renforcement de la signalisation directionnelle d'accès centre-ville	Système de signalisation dynamique des parkings	Panneaux d'information touristique aux quatre entrées de la Ville
1.3 Signalisation Touristique piétons (monuments majeurs)			Signalisation touristique piéton	10 RIS avec plan de la Ville et plan cavalier sur les parkings	
1.4 Points dépose et reprise des clientèles	Etude et réalisation				
1.5 Parking autocar tourisme	Etude et réalisation				
1.6 Accès en site propre pour la Citadelle	A étudier avec CAGB				

#### CAGB

1.1 Entrées d'Agglomération	
-----------------------------	--

## 2. POURSUIVRE LA VALORISATION DE L'ESPACE

## VILLE

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>2.1 Etendre et respecter le secteur piétonnier</b>						
<b>2.2 Assurer la propreté des espaces publics</b>	Mise en place d'un groupe de travail dès 2002 et réunions périodiques					
<b>2.3 Valoriser les jardins et espaces verts</b>	Castan et Granvelle (étude)	Réalisation de Castan et Granvelle				Chamars (étude)
<b>2.4 Valoriser les ponts</b>	Ponts bouquinistes ou pavoiement ou autre					
<b>2.6 Poursuivre opportunément la mise en lumière</b>	Prévoir chaque année un projet avec financement par le syndicat d'électricité du Doubs et crédit ATSR (Aménagement du Territoire Saône et Rhin)					
<b>2.8 Implanter du mobilier de confort</b>	Réalisation d'un abri /an, 2 toilettes / an			4 bancs/an		

## CAGB

<b>2.5 Aménager les points de vision</b>	
<b>2.7 Aménager les rives du Doubs</b>	CAGB (Crédit ATSR - Aménagement du territoire Saône et Rhin)

**3 - FACILITER LA DECOUVERTE ET LA COMPREHENSION DU PATRIMOINE****VILLE**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>3.1 Développer les outils d'aide à la découverte patrimoniale de la Ville</b>		Réalisation				
<b>3.2 Mener une réflexion sur l'opportunité de la création d'un lieu d'accueil «Tourisme et Patrimoine et aménagement urbain»</b>	Etude		Réalisation			
<b>3.3 Donner les moyens au Musée des Beaux-Arts de mieux répondre aux attentes d'un large public</b>	Ravalement de façade et mise en sécurité					
	Aménagement de l'accueil					
			Signalétique directionnelle			
			Signalétique intérieure			
Documents, audio-guides						
<b>3.4 Préparer les conditions du développement du Tourisme industriel</b>			Création d'une visite d'entreprise par an			
<b>3.5 Accompagner le développement du Tourisme industriel avec le Musée du Temps</b>			- Salle des partenaires - Création d'un club			

**4. DEVELOPPER ANIMATIONS ET EVENEMENTS**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>4.1 Créer un événement culturel phare ayant un impact touristique</b>	Bicentenaire Victor HUGO	Créer un autre événement dès 2003, éventuellement autour de la thématique du temps				
<b>4.2 Optimiser les animations</b>	Dès 2002, créer un groupe de travail qui se réunira tous les ans pour mettre de la cohérence dans la programmation des animations très diverses (animations culturelles, animations d'été, animations commerciales, animations de la Citadelle, Comité des Fêtes...)					

**5 - AMÉLIORER ET DIVERSIFIER LES HÉBERGEMENTS**

VILLE	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>5.1 Inciter et aider à la rénovation de l'hôtellerie indépendante du centre-ville historique</b>		Dès 2003, rencontrer les hôteliers pour les inciter à rénover leurs établissements en bénéficiant des aides financières prévues dans le contrat de plan 2002-2006				
<b>5.2 Aider à la rénovation du Centre International de Séjour</b>	Etude	Réalisation				

**CAGB**

<b>5.3 Inciter et aider à la création de chambres d'hôtes et de gîtes</b>	
<b>5.4 Créer plusieurs aires pour camping cars dans l'agglomération dont une au centre-ville de Besançon</b>	
<b>5.5 Réfléchir à une implantation pour un camping situé dans un cadre naturel de qualité</b>	

## 6. ORGANISER ET PROFESSIONNALISER

VILLE	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>6.1 Renforcer le service tourisme de la Ville</b>		Dès 2003, recrutement en interne				
<b>6.2 Créer une instance permanente de proposition et de suivi</b>	Création du comité de pilotage du schéma touristique					
<b>6.3 Former les acteurs du tourisme</b>	Audit	Mise en place des stages de formation				
<b>6.4 Mettre en oeuvre une démarche qualité</b>						Dès 2007-2008

## OTSI

<b>6.5 Communiquer en interne sur l'activité touristique</b>		Conception graphique d'une lettre				
<b>6.6 Organiser des «journées du tourisme»</b>			Journée bilan/ prospection - plan marketing	A reconduire tous les ans		
<b>6.7 Réaliser et diffuser aux élus et professionnels un guide du «Qui fait quoi ?»</b>				Guide en 2005		
<b>6.8 Mettre en place une observation locale de l'activité touristique</b>	Convention avec l'ORIET		Réalisation d'enquêtes qualitatives sur les sites de la Ville			
<b>6.9 Organiser le service des visites guidées</b>	Dès 2002, développer l'offre et le recrutement de guides conférenciers et guides interprètes					

**7. COMMUNIQUER, PROMOUVOIR ET COMMERCIALISER**

<b>OTSI</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
<b>7.1 Créer un comité de coordination de la promotion</b>	Dès 2002 et réunions périodiques					
<b>7.2 Mieux informer les visiteurs par la création d'un guide d'accueil</b>		Création d'un guide d'accueil				
<b>7.4 Constitution de pass inter sites</b>		Constitution d'un pass inter-sites				
<b>7.5 Construire et vendre des produits selon une démarche marketing</b>		Dès 2003 - Plan marketing pluriannuel				

**CAGB**

<b>7.3 Mieux informer les visiteurs par la mise en place de présentoirs de l'offre touristique</b>	
--	--

**V - EVALUATION**

La fiche action 6.2 du schéma propose la création d'une instance permanente de proposition et de suivi pour faciliter le pilotage et l'adaptation permanente de ce schéma de développement touristique du Grand Besançon et pour garantir la mise en cohérence et la complémentarité dans la mise en oeuvre des actions.

Ce comité de pilotage composé d'élus, techniciens et prestataires n'aura pas seulement la mission d'assurer le suivi de la mise en oeuvre du schéma et d'émettre des avis et préconisations sur tout projet du schéma, mais il devra également établir des bilans annuels pour évaluer le travail réalisé.

A l'issue du mandat, il aura également à dresser un bilan du schéma et à présenter un tableau de bord comprenant les mêmes sources statistiques et les mêmes règles de calcul que celui exposé dans le diagnostic : à savoir le nombre de nuitées, le chiffre des retombées économiques, le nombre d'entreprises dans le secteur tourisme et le nombre d'emplois salariés.

La comparaison des 2 tableaux de bord permettra d'évaluer le travail réalisé.

Pour obtenir une plus grande efficacité dans le pilotage du schéma, il est proposé de créer deux comités comme suit :

Comité de pilotage composé d'élus	Comité technique composé de techniciens
<p>Missions</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- décision sur le choix des actions / an</li> <li>- vote des budgets / an</li> <li>- validation des résultats</li> </ul>	<p>Missions</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- proposition et mise en oeuvre des actions / an</li> <li>- proposition des budgets / an</li> <li>- établissement des bilans annuels</li> <li>- évaluation technique du schéma</li> </ul>

L'Observatoire touristique que l'Office de Tourisme devra mettre en place, comme il est préconisé dans la fiche action 6.8 du schéma, sera également un excellent outil d'évaluation qui nous permettra de sortir et d'analyser annuellement les fréquentations touristiques de l'OTSI, des hébergements et des principaux sites de l'agglomération. Les acteurs touristiques de l'agglomération auront ainsi la possibilité de mieux connaître la fréquentation, les caractéristiques et comportements de nos clients et ainsi de s'adapter aux évolutions et aux demandes de la clientèle.

## VI - CONCLUSION

En conclusion de l'ensemble de l'étude et du projet proposé, il faut souligner trois remarques essentielles :

1. L'étude fait ressortir que l'offre touristique du Grand Besançon se caractérise par **la prédominance de la filière Tourisme Urbain** qui doit se positionner comme produit d'appel et qui doit être complétée par une offre à créer ou valoriser sur l'ensemble de l'agglomération (comme le tourisme fluvial, l'hébergement et circuits thématiques).

2. L'objectif du schéma de développement touristique ne pourra être atteint que si l'on met en oeuvre progressivement l'ensemble des actions développées ci-dessus.

Il est aussi une autre condition nécessaire à la réussite du schéma, **c'est la mise en synergie de l'ensemble des acteurs touristiques** (professionnels du Tourisme et du Commerce) et le partenariat avec les quatre collectivités territoriales (Etat, Région, Département et Communauté d'Agglomération du Grand Besançon).

3. Enfin, il faut bien savoir que le schéma de développement touristique et **son plan d'actions ne sont que des outils d'aide et de pilotage du développement** durant cette étape de 5 ans.

D'une part, il sera probablement nécessaire de l'adapter en cours de mise en oeuvre et d'autre part il devra être modifié ou refait au-delà de cette période. En effet, rien n'est définitivement acquis, et pour rester présent sur le marché, l'offre devra s'enrichir et s'adapter en permanence.

Après avis favorable de la Commission Commerce - Artisanat - Tourisme du 23 mai 2002, il est proposé au Conseil Municipal :

- de délibérer sur le plan d'actions,
- de présenter le schéma de développement touristique à la CAGB et de lui soumettre pour avis les actions la concernant,
- de soumettre le schéma aux autres collectivités locales,

- de missionner le Maire, l'Adjoint et la Conseillère Municipale chargée du Tourisme pour présenter le Schéma aux acteurs économiques et aux autres partenaires institutionnels à l'occasion d'une journée d'information le 7 octobre 2002.

### **ANNEXE I - Méthodologie et Historique du schéma**

Le Cabinet DGCA a proposé de conduire l'étude en quatre phases distinctes :

#### 1 - Diagnostic stratégique (décembre 1999) :

- Synthétiser les points forts, les dysfonctionnements et les potentialités de développement touristique.

- Faire adhérer tous les partenaires à un constat reconnu de tous :

- . bilan des procédures et études,
- . diagnostic économique,
- . diagnostic de la dynamique d'organisation des acteurs.

#### 2 - Élaboration d'une stratégie globale de développement (janvier 2000) :

- Mettre en évidence des objectifs fondamentaux du développement touristique.
- Déterminer le positionnement du territoire.
- Élaborer les scénarii possibles.
- Mettre en évidence le scénario le plus pertinent.

#### 3 - Plan d'actions (31 mars 2000) :

- Définir les objectifs précis.
- Répartir les thèmes d'intervention et actions retenues et les moyens nécessaires (forme de fiches actions).

#### 4 - Communication interne et mobilisation après la délibération du Conseil Municipal :

Deux structures ont été mises en place pour suivre le déroulement de l'étude.

**Un comité de pilotage** composé de 19 personnes : chefs de service de la Ville, représentants de l'État, Région, District, AFIT et piloté par l'adjoint et l'attaché au tourisme : Il a eu pour rôle l'encadrement technique, la validation technique à chaque étape et la transmission pour décision politique au Comité Décisionnel.

**Un comité décisionnel** composé de 11 personnes : les adjoints de la Ville en charge de la Culture, des Bâtiments, de l'Urbanisme, de la Voirie, de la Communication, certains conseillers municipaux de la Commission Tourisme et un conseiller districale. Il était piloté par l'adjoint au tourisme. Il a validé les propositions du Comité de Pilotage à l'issue de chacune des 4 phases de l'étude.



L'étude touristique a débuté en mai 1999 :

- En mai, le Cabinet DGCA a pris connaissance de toutes les études réalisées par la Ville et ses partenaires et a multiplié ses entretiens avec les acteurs touristiques de l'agglomération.

- Le cabinet a dirigé une enquête de satisfaction des clientèles touristiques à Besançon, abordée sous l'angle d'une démarche qualité.

500 questionnaires ont été remplis dont 391 exploitables se répartissant comme suit :

- 98 questionnaires Citadelle
- 102 questionnaires agrément Ville
- 86 questionnaires hébergement
- 81 questionnaires patrimoine
- 24 questionnaires bateau mouche.

Ces questionnaires ont été soumis de manière aléatoire par les enquêtrices. Les résultats ne peuvent donc pas être considérés statistiquement comme tout à fait représentatifs de la fréquentation touristique de Besançon. Ils avaient avant tout un rôle d'indicateurs.

- Le Service Touristique de la Ville a mis en place des **groupes de travail thématiques** réunissant les partenaires touristiques de la Ville pour commencer l'étude.

#### **Phase 1 : Diagnostic :**

##### **6 groupes thématiques se sont réunis (les 22, 23 et 30 juin 1999) :**

- Patrimoine historique (22 invités/11 présents)
- Patrimoine historique Citadelle (26 invités/13 présents)
- Tourisme d'affaires et industriel (25 invités/10 présents)
- Tourisme fluvial et tourisme vert (25 invités/9 présents)
- Accueil, accès, hébergement (29 invités/17 présents)
- Promotion et mise en marché (21 invités/12 présents).

##### **1 groupe thématique, le 9 septembre 1999 :**

- Animation, événement (34 invités/19 présents).

Un taux de participation important des professionnels et acteurs locaux motivés et satisfaits du projet de la Ville et de son souhait d'associer les professionnels à la définition d'un schéma de développement touristique pluriannuel.

Les invités des différents groupes étaient en majeure partie des professionnels et institutionnels locaux (pas de touristes ni d'étrangers à la Ville).

Le débat a donc tourné essentiellement autour de l'offre touristique, des produits touristiques, des structures d'accueil et de la perception qu'ils ont de l'activité touristique à Besançon.

Le tour de table et les discussions avec les acteurs touristiques locaux ont débouché sur la rédaction d'un diagnostic stratégique.

- Le Comité de Pilotage s'est réuni deux fois les 7 septembre et 19 novembre 1999 pour approuver le diagnostic stratégique.

- Le Comité Décisionnel a validé le diagnostic stratégique le **22 décembre 1999**.

### **Phase 2 : Orientations stratégiques :**

La cellule Tourisme, le Cabinet DGCA et l'AFIT se sont réunis à plusieurs reprises pour définir les orientations stratégiques à partir du diagnostic. Celles-ci ont été validées par les deux comités aux dates suivantes :

- Le Comité de Pilotage s'est réuni deux fois les 11 et 25 février 2000.
- Le Comité Décisionnel a validé les orientations stratégiques le **7 mars 2000**.

### **Phase 3 : Le plan actions :**

La participation des acteurs touristiques a également été sollicitée dans cette phase cruciale.

La cellule Tourisme a mis en place **8 groupes de travail les 18 et 19 mai, les 8, 9 et 22 juin 2000** sur les thèmes suivants :

- 1 - Accéder, stationner, se déplacer (8 invités/6 présents).
- 2 - Poursuivre la valorisation de l'espace (10 invités/7 présents).
- 3 - Animations, événements, prospective (13 invités/7 présents).
- 4 - Communiquer, promouvoir et mettre en place (21 invités/12 présents).
- 5 - Faciliter la découverte et la compréhension du patrimoine (13 invités/9 présents).
- 6 - Organiser et professionnaliser (20 invités/8 présents).
- 7 - Améliorer et diversifier les hébergements (15 invités/7 présents).
- 8 - Tourisme fluvial (16 invités/15 présents).

De ces huit groupes de travail ont émergé beaucoup de propositions intéressantes et de bon sens dont la plupart correspondait aux souhaits de la cellule Tourisme, du cabinet DGCA et de l'AFIT.

A partir de cette collecte d'informations, la cellule Tourisme et le Cabinet DGCA passaient l'été 2000 à élaborer les fiches actions et commander les devis afférents. Le plan d'actions composé de 40 fiches était validé par les comités aux dates suivantes :

- Comité de Pilotage : 20 octobre 2000
- Comité Décisionnel : **16 novembre 2000**.

Le plan d'actions ainsi élaboré résulte d'une hiérarchisation des actions selon une approche prenant en compte d'une part l'urgence et d'autre part l'importance. Les 40 fiches actions sont regroupées autour de sept grands thèmes :

- 1 - Accéder, stationner, se déplacer.
- 2 - Poursuivre la valorisation de l'espace.
- 3 - Faciliter la découverte et la compréhension du patrimoine.
- 4 - Développer animations et événements.
- 5 - Améliorer et diversifier les hébergements.
- 6 - Organiser et professionnaliser.
- 7 - Communiquer, promouvoir et commercialiser.

Pour des raisons de priorités et de calendrier électoral, le schéma n'a pas été validé en 2001.

Avant de soumettre le schéma à l'approbation du Conseil Municipal, la délégation Tourisme a procédé à la réécriture des 40 fiches actions pour tenir compte des modifications intervenues sur le terrain et de l'évolution des devis.

## **ANNEXE II - Calcul des retombées économiques**

*Cette approche n'a pas d'autre raison d'être que d'indiquer des ordres de grandeur, elle n'a aucune prétention d'exactitude statistique. Son but est essentiellement de servir d'outil pédagogique et de motivation.*

*Nous pouvons seulement réaliser une estimation en couplant des ratios tirés des données de l'Observatoire National du Tourisme avec le nombre de nuitées touristiques. Ces ratios intègrent toutes les dépenses (hébergement, restaurant, loisirs, achats, déplacements sur place, autres dépenses) hors frais de déplacement d'accès. Ces résultats sont approximatifs en ce qui concerne les personnes en hébergement non marchand, dans la mesure où nous avons eu recours à une approche analogique basée sur des ratios nationaux du tourisme urbain. De plus, nous avons minimisé les ratios nationaux de l'Organisation Nationale du Tourisme (ONT) qui intègrent Paris afin d'approcher plus réellement la réalité bisontine.*

### **→ Bases de calcul**

#### **• Nuitées en lits marchands**

- Nombre total de nuitées touristiques de clients français en lits marchands : 331 000
- Nombre total de nuitées touristiques des clients étrangers en lits marchands : 57 350

#### **• Nuitées en lits non-marchands**

- Nombre total de nuitées touristiques de clients français en lits non marchands : 1 324 000 nuitées.
- Nombre total de nuitées touristiques de clients étrangers en lits non marchands : 20 000 nuitées.

#### **• Dépenses journalières**

Nous prenons comme taux de dépense pour les touristes français :

- 101 F (15,40 €) pour les hébergements non marchands (le ratio national étant de 121 F ou 18,45 €),
- 340 F (51,83 €) pour les nuitées en hébergements marchands (le ratio national étant de 408 F ou 62,20 €).

Nous avons de par l'ONT, un taux moyen de dépense pour les touristes étrangers de 608 F (92,69 €), qu'ils soient en hébergements marchands ou non marchands, mais ces ratios intégrant Paris, nous considérons qu'ils sont surévalués par rapport à la réalité de Besançon (absence d'hôtel haut de gamme), notamment en ce qui concerne les hébergements non marchands (l'effet CLA sur la présence d'étrangers), ainsi par approximation nous retenons les ratios suivants :

- 182 F pour les hébergements non marchands,
- 508 F pour les nuitées en hébergements marchands.

→ **Estimation du chiffre d'affaires touristique du Grand Besançon**

Hébergements	Nombre de nuitées 1998 (INSEE)	Dépense moyenne par nuitée	CA estimé en Francs	CA estimé en Euros
Français en hébergement marchand	<b>331 000</b>	340 F (51,83 €)	112 540 000 F	17 156 612,00 €
Français en hébergement non marchand	<b>1 324 000</b>	101 F (15,40 €)	133 724 000 F	20 386 092,00 €
Sous-total Français	<b>1 655 000</b>		246 264 000 F	37 542 704,00 €
Etrangers en hébergement marchand	<b>57 350</b>	508 F (77,44 €)	29 134 000 F	4 441 449,60 €
Etrangers en hébergement non marchand	<b>20 000</b>	182 F (27,75 €)	3 640 000 F	554 914,42 €
Sous-total Etrangers	<b>77 350</b>		32 774 000 F	4 996 364,80 €
<b>Total Général</b>	<b>1 732 350</b>		279 038 000 F	42 539 068,00 €

A ce résultat, il faut ajouter le chiffre lié au passage, qu'il est difficile d'évaluer, mais que l'on estimera « arbitrairement » (en fonction de comparaisons avec d'autres villes) entre 10 et 20 % du montant du chiffre généré par l'activité touristique liée aux hébergements soit entre 28 et 56 MF (entre 4 268 572,40 € et 8 537 144,90 €).

**Le poids des dépenses touristiques annuelles dans le Grand Besançon est donc de l'ordre de 300 à 335 millions de francs (45 734 705 € à 51 070 420 €).**

Ce chiffre est à rapprocher des résultats de l'étude réalisée par Axe - KPMG pour le compte du Comité Régional du Tourisme et qui estime que l'activité touristique en zone Urbaine en Franche- Comté a généré 0,6 milliard de francs (91 469 410 €) en 1998.

«**M. LE MAIRE** : Un gros dossier : le schéma de développement touristique du Grand Besançon. Je suis navré qu'il arrive seulement maintenant. Je salue la présence du nouveau Directeur de l'Office du Tourisme, Patrice RUELLE, que vous connaissez, dont on nous dit le plus grand bien, qu'il continue donc comme cela. Il y a aussi des membres de l'Office de Tourisme qui sont là, d'autres qui étaient là mais qui sont partis tout à l'heure. Je voudrais que vous ayez tous conscience que Jacques MARIOT va devant vous réaliser un exploit : il va nous présenter en 10 minutes le schéma touristique.

**M. Jacques MARIOT** : J'ai 15 minutes pour le faire et je vais tenter de le faire dans ce délai. Vous avez ici un power-paint qui va accompagner tout ce que je vais vous dire. Je dirais que la volonté de la Ville c'est d'afficher politiquement avec force ce schéma de développement touristique qui va se décliner par 40 fiches actions dont 7 destinées à l'Agglomération, 9 à l'Office du Tourisme et les 24 autres au niveau de la Ville de Besançon. Il me semble important en matière de tourisme de savoir d'où l'on part et où on veut aller. Ce schéma de développement touristique, approuvé comme on vous le disait ici par la Municipalité le 6 mai 2002, par la Commission Économie-Artisanat-Tourisme du 23 mai 2002, a été commandé par la Ville de Besançon, piloté également par un Cabinet, DGCA, compétent en la matière de la région alpine avec le soutien de l'AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique) qui a mené pendant deux ans une étude circonscrite à l'Agglomération, anciennement le District. Je crois qu'il est important de souligner la démarche participative extrêmement importante de tous les acteurs touristiques, ici on en a mis 300, que sont les hôteliers, les restaurateurs ou les gestionnaires de sites. Des réunions thématiques importantes ont également permis de construire cet outil.

A noter que ce schéma de développement touristique a comme pivot central le tourisme urbain, je crois qu'il est important de le souligner, qui va mettre en valeur nos deux plus-values que sont notre contrat de Ville d'art et d'histoire et le fait que le centre-ville soit un secteur sauvegardé, donc pivot central : le tourisme urbain. A noter également que ce schéma de développement touristique s'inscrit de manière complémentaire avec les deux schémas de la Région de Franche-Comté et du Département du Doubs et donc nous visons à travers lui deux objectifs. Un premier quantitatif : aujourd'hui on peut estimer à environ 290 000 nuitées sur Besançon de touristes, ce qui n'est pas suffisant, donc nous voulons augmenter le chiffre d'affaires lié aux nuitées notamment avec l'Office du Tourisme en commercialisant pour la première fois je dirais des produits touristiques qui vont viser principalement naturellement la Citadelle qui est notre Tour Eiffel bisontine associée au petit train et au déplacement sur l'eau. Je peux déjà vous montrer très rapidement le document qui va sortir, qu'on va présenter aux autocaristes et aux tour-opérateurs très prochainement pour qu'en 2003 figure dans leurs cahiers la destination Ville de Besançon en terme visite aérienne, en terme de découverte du parc Micaud, etc., pour l'instant on en a une douzaine.

Le deuxième objectif, c'est toujours en terme de quantité, augmenter le nombre et la qualité des services liés au tourisme. Je voudrais simplement dire qu'augmenter la quantité liée au tourisme, c'est augmenter le nombre d'emplois. Un emploi sur 25 sur les mois de juillet et août en Franche-Comté est directement lié au tourisme, il faut le savoir. Je citerai également le CLA. Sur les mois de juillet et août, c'est 400 stagiaires qui, après inscription, après restauration et après hébergement, ça coûte 5 000 F donc 2 MF sachant qu'ils dépensent environ, à travers les flâneries, le shopping parce que tout à l'heure on dira que le tourisme c'est du commerce et c'est de l'économie, ça fait donc 4 MF. Quand on sait qu'en réalité sur l'année entière il y a 3 500 à 4 000 stagiaires, ça fait 40 MF pour l'économie bisontine. Inutile de dire quel est le poids du CLA et vous comprendrez bien que la Ville de Besançon va être de plus en plus attentive à cet établissement et je ne vous parle pas du rôle d'ambassadeurs que ces professeurs de français peuvent avoir quand ils parlent de notre ville dans leur pays. Je vous invite à regarder dimanche à 12 heures 50 sur France 3 un reportage de 6 minutes qui montre justement le CLA en visite sur le bateau, il y avait donc 53 nationalités et ces gens-là ont découvert la Ville de Besançon à travers la Boucle du Doubs.

Maintenant, l'étude de ces trois phases distinctes. Toute démarche constructive de projet se transforme en trois parties : un diagnostic stratégique pour identifier d'où on part, ensuite élaboration d'une stratégie globale de développement et puis concrétisation par des plans d'actions qu'il faut rendre opérationnels, il y en a 40 je vous l'ai dit tout à l'heure, on les verra mais rapidement.

Diagnostic des forces et des faiblesses : des faiblesses par rapport à la notion du site et de notoriété, des faiblesses en terme de patrimoine, des faiblesses en terme d'hébergement, des faiblesses par rapport à l'Office du Tourisme. J'ouvre une petite parenthèse sur l'Office du Tourisme. Vous savez que je suis Président de l'Office et Adjoint Délégué au Tourisme. Quand je suis arrivé à l'Office du Tourisme, on faisait beaucoup d'accueil, ce qui est une de ses forces. Mais je pense qu'aujourd'hui c'est un peu comme à la pêche, il faut amorcer pour ferrer le poisson. Aujourd'hui l'Office du Tourisme ne peut pas se contenter de recevoir mais il doit émettre des signaux forts à partir d'une commercialisation qu'on est en train de préparer afin d'attirer sur Besançon une clientèle nouvelle. Donc aujourd'hui l'Office du Tourisme, comme je dirais la théorie de l'information, reçoit et émet, donc il est interactif. Une cinquième faiblesse, la notion de culture touristique, donc des forces et des faiblesses toujours. J'enchaîne car les points suivants sont à mon avis plus importants, donc à partir de là cinq orientations stratégiques.

La première, mieux accueillir les visiteurs en améliorant l'accessibilité, les déplacements entre les sites, j'en parlais tout à l'heure en mettant l'accent sur le port fluvial notamment. Deuxième orientation : mettre en valeur et compléter l'offre existante, là aussi nous travaillons également sur du mobilier urbain, c'est-à-dire une signalétique de notre patrimoine bisontin dans le secteur sauvegardé, dans le centre-ville, qu'il faut donc renforcer parce qu'actuellement elle n'existe pas malheureusement. Troisième orientation : mettre en place une promotion et une mise en marché performante avec la création de produits à commercialiser, j'en ai évoqués tout à l'heure la problématique. Quatrième orientation : c'est toutes les facettes du tourisme. Aujourd'hui le tourisme, c'est le Cours Hôtelier, le golf, l'équitation, le casino, les visites aériennes, le CLA, les animations commerciales, etc. Le tourisme, ce n'est pas uniquement l'aspect culturel et patrimonial de Besançon bien qu'ils soient très riches ; le tourisme c'est tout un ensemble, une palette qu'on va diversifier. Nous allons donc toiletter les statuts de l'Office du Tourisme pour faire rentrer à l'Office du Tourisme des partenaires nouveaux acteurs du tourisme, du commerce et de l'économie tel que le directeur du golf, le directeur du casino, etc. Ça nous semble extrêmement important. Et puis dernier axe : toute action et tout projet doit s'évaluer. Cela se fera avec des outils d'évaluation pour mesurer l'activité touristique, pour mettre en adéquation les besoins de la clientèle touristique qui viendra et l'offre.

Derrière ces orientations stratégiques, des plans d'actions regroupés autour de 7 axes de travail détaillés dans le rapport. Certaines actions sont déjà engagées en 2002, exemple la signalisation du casino mais il nous faut améliorer encore d'autres signalisations telles que la signalisation routière, piétonnière, créer un parking. A ce propos, vouloir accueillir les touristes à Besançon, je le dis haut et très fort c'est vouloir aussi se battre pour qu'aujourd'hui un lieu qui me paraît être une verrue bisontine, le port fluvial, devienne un site pour autocaristes, un parking pour cars de manière à ce que le touriste puisse être déposé à proximité immédiate du centre-ville. Autre axe : poursuivre la valorisation de l'espace. Par exemple, on va chercher l'année prochaine à valoriser les ponts et à augmenter l'espace piétonnier. Un tout petit mot aussi, je rebondis sur le Marché Beaux-Arts. Aujourd'hui nous avons la volonté de rendre l'ensemble des rues Courbet, Pâris, Petit, qui y sont déjà, et la rue Goudimel complètement piétonnières pour augmenter l'espace piétonnier et rendre ce quartier touristique car, et j'ai des échos extrêmement favorables, se promener aujourd'hui dans la rue Petit c'est quelque chose d'exceptionnel, dans un centre-ville comme le nôtre.

Autre axe encore à développer, la découverte du patrimoine. Je l'ai évoqué rapidement. Nous n'avons pas de matériel, de mobilier urbain. Aujourd'hui il nous faut mettre en place des outils d'interprétation pour effectivement connaître, cibler tel ou tel patrimoine pour savoir où on va, pour avoir

une clé de lecture beaucoup plus visuelle pour le visiteur. Autre axe important, c'est un de nos points faibles, c'est dégager des événements. C'est vrai que nous avons des événements importants sur Besançon au niveau commercial ne serait-ce que les braderies, Halloween, les saveurs de rentrée, le marché de Noël mais aujourd'hui nous réfléchissons sur un grand événement, les 24 heures du temps par exemple, qui mettrait en valeur à partir de la thématique du temps, la Ville de Besançon. Il me semble également qu'il faudrait fédérer toutes ces actions, opérations commerciales, animations d'été, de la Citadelle, du Comité des Fêtes, afin de les rendre plus lisibles aux yeux des touristes et ainsi mieux les vendre.

Autre point à développer, améliorer et diversifier : les hébergements. Au niveau de l'hôtellerie qui est actuellement suffisante, nous aurons bientôt un hôtel Ibis deux étoiles plus dont la future Directrice est présente ici donc inutile de dire qu'actuellement ça intéresse beaucoup de monde, notamment tous les professionnels du tourisme que Besançon se vende beaucoup mieux. Il y a une mise aux normes en terme de sécurité à faire sur pas mal d'hôtels de la cité bisontine, et à identifier au niveau de l'Agglomération tout ce qui est chambre d'hôte et gîte parce que le tourisme vert ça existe également.

Autre point important, organiser et professionnaliser. Alors là effectivement il y a tout un travail de formation des acteurs touristiques à mener de manière à ce que les touristes soient mieux reçus, mieux orientés sur Besançon et là nous allons rechercher un partenariat avec la Chambre de Commerce pour aller vers plus de qualité, vers un plan de formation qui va permettre effectivement aux taxis, aux restaurateurs, aux hôteliers de mieux orienter et guider les touristes sur Besançon.

Je veux simplement dire également, si bien sûr ce schéma de développement touristique est validé par le Conseil Municipal, que la première lettre du tourisme que je vous montre ici rapidement va être présentée le 7 octobre à la Chambre de Commerce à tous les acteurs touristiques de la Ville de Besançon, du Doubs et de la Franche-Comté. On a cherché à avoir tout le monde pour présenter ce qu'on veut faire à Besançon parce qu'aujourd'hui Besançon doit se vendre et on doit communiquer mieux.

Autre volet : communiquer pour pouvoir commercialiser. Tout à l'heure je vous parlais de produits commerciaux, les produits Citadelle, petit train, bateau, Musée du Temps, etc. il nous faudra créer un pass inter-sites qui permette aux touristes en achetant leur pass à l'Office du Tourisme de pouvoir se déplacer dans plusieurs endroits intéressants de la Ville de Besançon.

J'aborderai maintenant l'évaluation : deux structures, deux comités, un comité de pilotage composé d'élus qui aura différentes missions notamment le choix des actions et la validation des résultats. Ce que j'ai oublié de dire c'est que ce schéma de développement touristique s'inscrit dans une fourchette de 5 à 10 ans donc il faudra choisir quelle fiche action nous allons développer et concrétiser, il va falloir voter des budgets et valider le résultat comme j'ai dit tout à l'heure par des principes d'évaluation. Il y aura aussi un comité technique composé de techniciens chargés de mettre en oeuvre en quelque sorte cette politique touristique voulue par la Ville de Besançon.

J'insisterai sur deux points. Vous avez compris que le terme central de ce schéma c'est le tourisme urbain 95 ou 97 %. En dehors du Musée de Nancray, des grottes d'Osselle qui sont dans l'Agglomération, on va dire que 95 % des choses se passeront sur la Ville de Besançon, c'est le premier point. Le deuxième point, c'est que l'outil qui vous est présenté est planifié mais il n'est pas rigide. Ce n'est pas un vrai schéma parce que le schéma par définition est quelque chose de rigide, c'est au contraire un outil de pilotage qui nous indique des directions et qui est adaptable voire évolutif.

Je terminerai par la mise en synergie des acteurs touristiques, car il est évident qu'on ne réussira que si tout le monde s'y met, c'est-à-dire les élus, les partenaires que sont la Région, le CRT, l'ADED, l'Agglomération c'est-à-dire toutes les structures qui parlent de tourisme, puis tous les professionnels du tourisme, qu'ils soient gestionnaires de site, hôteliers, restaurateurs ou autres dont j'ai parlé tout à l'heure

qui vont rentrer à l'Office du Tourisme qui va être la structure de faisabilité et qui va conduire pas mal de ces fiches actions ainsi que la délégation tourisme de la Ville de Besançon qui va piloter et suivre ces actions.

Ce schéma de développement touristique, Monsieur le Maire de la Ville de Besançon et de son Agglomération, s'inscrit dans une logique interactive : tourisme, commerce, emploi et économie qui favorisent, développent et enrichissent la cité bisontine.

**M. LE MAIRE** : Ma conclusion c'est que tu as été très bon.

**M. Jacques MARIOT** : J'ai dû prendre 15 minutes.

**M. LE MAIRE** : Je te remercie. C'est là les résultats d'un travail de plusieurs mois, on peut dire même plusieurs années et ce schéma est clair. Je le mets donc maintenant au débat. Je remercie quand même toutes celles et tous ceux qui y ont travaillé, donc bien sûr l'Adjoint, le service Économie-Tourisme et puis les membres de l'Office du Tourisme, les membres bénévoles et le personnel qui a beaucoup travaillé avec le Cabinet, pour élaborer ce schéma et qui vont le mettre en place ensuite dans les années à venir avec nous d'une façon pragmatique sur le terrain.

**Mme Françoise BRANGET** : Nous pourrions dire : enfin une prise de conscience des retombées économiques possibles avec le tourisme ! On en est ravi. Nous devons reconnaître la qualité de l'étude, c'est un bilan, un diagnostic bien fait où les points faibles sont rapportés sans concession. J'aimerais d'abord féliciter M. MARIOT qui reprend l'action entreprise par M. BOICHON. Ses qualités de décideur et de force d'entraînement ont redonné à tous les acteurs bisontins du tourisme un grand espoir.

**M. LE MAIRE** : Ce n'est pas à moi que vous en diriez autant. Je pourrais être jaloux.

**Mme Françoise BRANGET** : Je ne peux pas toujours critiquer. Nous sommes ravis de la prise de conscience des insuffisances de la politique touristique négligée depuis tant d'années, voyez ce n'est pas du même acabit mais enfin je trouve que ce rapport est accablant, dérangeant. Nous avons 10 à 15 ans de retard sur toutes les autres villes où la promotion touristique est depuis longtemps un vecteur de développement économique, de création d'emplois et d'animations culturelles. Hélas pour les Bisontins, la Ville et l'Agglomération partent de très loin avec un déficit d'image dû à l'apathie chronique et à l'incompréhension économique des équipes municipales qui se sont succédé. La nécessité de ce constat politique s'imposait avant que l'on puisse apporter notre soutien à ce programme, on pourrait même parler de plan Marshall parce qu'il va dans le bon sens et vers une création de richesses qui profitera à tous les Bisontins. Les orientations stratégiques proposées par M. MARIOT et le nouveau Directeur de l'Office du Tourisme sont excellentes et bien définies, il faut donc rattraper le temps perdu et l'opposition municipale y apportera sa contribution pleine et entière. Voyez Monsieur le Maire, lorsque vos projets sont bons, on peut les soutenir.

**M. LE MAIRE** : Vous êtes très bien Madame BRANGET, continuez.

**Mme Françoise BRANGET** : Mais enfin aujourd'hui c'est le moment rêvé aussi pour vous faire des propositions.

**M. LE MAIRE** : Honnêtes, bien sûr.

**Mme Françoise BRANGET** : Nous sommes tous d'accord sur le potentiel touristique et architectural de notre ville à exploiter. Ainsi j'ai noté au fil du rapport des priorités, des points forts à mettre en avant tels que : organiser l'offre autour du patrimoine, poursuivre la valorisation spectaculaire du site, travailler l'esthétique de la ville, mettre en valeur le Doubs comme élément structurant du patrimoine, valoriser les jardins et les espaces verts, développer le tourisme fluvial. Dans les propositions que je pourrais faire, il y a par exemple un site emblématique extraordinaire qu'est l'entrée Sud de notre ville, de notre vieille ville je dirais au pied de la Citadelle. En matière de valorisation de l'espace, vous n'avez pas



suffisamment appréhendé, de même que l'équipe municipale précédente, le potentiel que représente le site des Prés de Vaux avec sa friche industrielle abandonnée depuis tant d'années. Et paradoxalement je dirais tant mieux puisque tout est resté en l'état et que maintenant tout est possible. Cet espace exceptionnel qu'est le site des Prés de Vaux n'a pas suffisamment été pris en compte dans le rapport puisqu'il a déjà fait l'objet d'un projet d'aménagement avec une proposition d'urbanisation importante. On n'a voulu prendre en compte que les retombées de la taxe d'habitation avant même la promotion, la valorisation esthétique et touristique que ce site pouvait représenter et non pas seulement en terme de retombées touristiques mais aussi en terme de retombées économiques. Nous avons un site extraordinaire qui mérite mieux qu'une urbanisation concentrée de 700 logements avec simplement un cheminement le long des berges du Doubs ; le seul point attractif du projet en cours, c'est le stade d'eau vive. Moi je vous propose une orientation de l'aménagement de cet espace tout à fait différente qui rentre bien évidemment dans une politique touristique élargie, celle de profiter autrement de ce site qui sera vierge après démolition des constructions existantes, et au lieu de bétonner les rives du Doubs, faisons de ce lieu un endroit spécifiquement touristique, une zone entièrement consacrée aux loisirs, le site s'y prête à merveille ; poursuivons ainsi sa valorisation spectaculaire en prolongement du centre ancien. Cet espace pourrait accueillir un véritable port fluvial enclavé dans le site offrant tous les services, une offre véritablement qualitative pouvant satisfaire et retenir toutes les personnes pratiquant le tourisme fluvial.

J'ai noté également que le tourisme de jardin représente en France 20 millions de visiteurs par an et là je vais en plus pouvoir faire plaisir à M. ALAUZET, qui reconnaissait récemment que Besançon, pourtant ville étiquetée verte, consommait 26 fois plus que sa bio-capacité. Alors plantons quelques arbres, créons un jardin, un parc, un endroit ludique comme au Pré la Rose à Montbéliard qui a été un exemple magnifique de reconversion d'une ancienne friche industrielle. On pourrait planter des essences rares, exposer des oeuvres d'art aussi. On pourrait y ajouter un camping, on se demandait tout à l'heure où on pourrait le mettre, eh bien voilà il aurait un cadre naturel, exceptionnel, de qualité propre à retenir le visiteur, en prolongement effectivement de la piscine, pourquoi pas un hôtel et bien sûr le stade d'eau vive. Nous aurons là à proximité du coeur de ville centre historique, un bel exemple touristique, économique, sportif, artistique et culturel pour les visiteurs et bien évidemment pour les Bisontins et les habitants de l'agglomération. Voilà un très beau projet d'intérêt communautaire aux retombées économiques je dirais inespérées. Profitons de cet avantage considérable qui nous est donné de nettoyer et de rendre libre le site des Prés de Vaux. L'action est d'ailleurs déjà bien engagée puisque nous avons acheté des terrains et nous allons en acheter d'autres avec l'aide du Conseil Général et du programme ATSR. Alors ne passons pas à côté de cette magnifique occasion et sachons avoir une ambition extraordinaire en matière d'esthétisme et de promotion touristique.

**Mme Nicole WEINMAN :** Je vais comme Françoise me réjouir enfin de cette synergie, cette mise en concurrence parce que, ce n'est pas propre à cette Municipalité, je vais ouvrir largement le débat et estimer que depuis longtemps dans notre ville, dans l'environnement, dans l'agglomération, on a pêché par manque d'ambition et surtout par manque de politique touristique, de développement touristique mais je veux dire d'une politique concertée, une politique qui soit définie avec l'ensemble des acteurs qu'ils soient institutionnels ou collectivité Ville comme on peut l'être. On a pris le temps de lister dans cette commission, commission Ville comme au niveau de l'Agglomération, un certain nombre de projets qu'ils soient bisontins ou au-delà propres à d'autres communes. Certains sont très intéressants. Je trouve que la démarche menée actuellement par Jacques MARIOT et le Directeur de l'Office du Tourisme devrait arriver à corriger cette grave absence d'image qu'avait l'Office du Tourisme de Besançon, notamment au niveau des autres villes et ça c'est quelque chose d'entretenu depuis très longtemps. Je pense qu'on devrait arriver à avoir des retombées aussi en matière d'image à l'extérieur qui dépassent aussi le cadre du CLA et ça je m'en réjouis. Je rends hommage et je souhaite bon courage dans sa nouvelle mission au nouveau directeur de l'Office ; je crois qu'il a déjà bien pris les choses en main. Ceci dit, j'espère qu'il ne se laissera jamais décourager par l'ampleur de la tâche.

Je souhaite associer une réflexion, en complément à la proposition de Françoise ou d'autres, celle du tourisme plus confidentiel, celle du tourisme économique industriel. Il y a Gérard LASSERE qui, à travers l'association ADEPIC a déjà développé cette forme de tourisme. Je voulais savoir, même si c'est un peu confidentiel, si vous aviez des pistes, rencontré Gérard LASSERE et établi aussi une fiche d'action en faveur de ce type de tourisme.

**M. Bernard LAMBERT :** Je voudrais compléter un peu les interventions de mes collègues précédentes. Il y a effectivement de bonnes choses dans ce projet. Je ne crois pas qu'il faille se limiter à vendre un tourisme urbain car on reconnaît qu'autour de Besançon il y a aussi un certain nombre de richesses et il serait bon de les associer pour qu'il y ait peut-être une meilleure dynamique. Et j'aimerais avoir une explication : est-ce qu'en l'état actuel des choses, il n'est pas possible d'avoir une indication financière ? Dans un projet tel que celui-là on peut tout mettre ; est-ce qu'on aura les moyens de nos objectifs, est-ce que sur le plan pécuniaire il n'y aura pas un décalage entre les objectifs fixés et les possibilités financières de la Ville, dans un volet qui est intéressant et où il y a des perspectives. Je crois qu'il faudrait peut-être donner des précisions sur ce point particulier.

**M. Éric ALAUZET :** Je crois qu'on a tous besoin, sur différents sujets comme celui-là sur le tourisme, et on peut remercier Jacques MARIOT d'avoir mené ce travail, d'une vision globale et prospective. D'ailleurs la réflexion qu'on mène les uns et les autres à l'agglomération va dans ce sens-là aussi et le projet d'agglomération est aussi un lieu pour mener ce type de politique. La difficulté réelle, il ne faut pas se la cacher, est-ce qu'on aura les moyens de notre politique et ça aujourd'hui on ne peut pas véritablement y répondre. Vous le savez, les uns et les autres, que dans quelques semaines, quelques mois puisque le Maire s'y était engagé, nous aurons un débat sur le plan pluriannuel d'investissement. Donc dans ce cadre-là cette réflexion sera évidemment à intégrer, et à cohérence de développement puisque c'est la proposition de Jacques MARIOT, il faudra une cohérence d'actions pour ne pas donner à Marcel POCHARD, qui évoquait en début de séance tout à l'heure cette question, de quoi nous faire des reproches.

Pour la partie qui me concerne plus spécifiquement en tant qu'adjoint à l'environnement, c'est vrai que cette ville a des atouts extraordinaires et si elle a souvent reçu les lauriers de ville verte c'est bien en raison de son patrimoine naturel. Mais je crois qu'on doit, à travers un projet touristique comme celui-là, être à la hauteur de cette image que nous avons et valoriser ce patrimoine vert. Aussi, j'espère qu'on va pouvoir vous proposer dans quelque temps une programmation, en tout cas une vision globale de développement avec des perspectives sur les espaces verts de Besançon. Si je prends quelques-unes des propositions de Jacques MARIOT, je veux m'approprier ces propositions et les décliner à mon niveau, notamment, par exemple au niveau des parcs et jardins du centre-ville puisqu'on voit que c'est un atout touristique important non seulement en tant que tel puisqu'il y a du tourisme de jardin mais aussi comme accompagnement à la découverte d'autres éléments comme le patrimoine historique, eh bien les parcs, les promenades et jardins du centre-ville doivent être valorisés, je pense à la promenade Granvelle, au square Castan dont chacun souligne régulièrement un petit peu le laisser aller, la promenade Micaud, enfin ces espaces-là sont vraiment intimement liés. Dans un centre-ville qui est très minéral, ces quelques espaces verts il faut absolument les valoriser, donc moi je fais miennes les propositions de Jacques MARIOT et j'espère qu'on pourra mener ensemble ces actions. Il y a les parcs et jardins mais il y a aussi toute la dimension du Doubs et l'Agglomération mène une réflexion sur ce que pourrait être le grand espace public «vert» de la vallée du Doubs, c'est la vallée, les berges mais les collines aussi, on a des reconquêtes importantes à faire en matière de collines où on pourrait là aussi lier, de façon très intime parce que la géographie de cette ville le permet, le patrimoine historique avec le patrimoine naturel, un centre-ville aussi proche d'une nature c'est assez rare, c'est ce qui a d'ailleurs donné l'idée à certains de proposer Besançon à un classement au patrimoine de l'UNESCO. Donc c'est quelque chose d'exceptionnel, il faut le valoriser. On a un outil qui peut nous y aider, c'est le programme du territoire Saône-Rhin, enfin bref les circonstances sont réunies pour avancer fortement dans cette voie.

**Mme Joëlle SCHIRRER :** Mon intervention rejoint un petit peu celle d'Éric ALAUZET. Il y a des orientations stratégiques, des axes de développement et il y a des mesures d'accompagnement qui ne sont quand même pas très coûteuses par rapport à l'ensemble. Ce que je voulais dire, c'est que si le tourisme urbain est le maillon fort, effectivement c'est la colonne vertébrale de l'ensemble, il ne faudrait peut-être pas se contenter d'axer tout le schéma sur ce tourisme urbain. Pourquoi ? Parce qu'il y a une diversification de la demande, des pratiques culturelles et il y a des pratiques de loisirs émergentes qui poussent les collectivités à faire des propositions qui touchent au tourisme bleu, donc vallée du Doubs, ou au tourisme vert lié à tout ce qui est nature. Par exemple, si on veut mettre en valeur la vallée du Doubs, ce n'est pas seulement pour développer le tourisme fluvial, c'est aussi pour élargir l'offre des loisirs avec des chemins de randonnée, avec des boucles VTT qui mailleraient le territoire de l'agglomération, et pas seulement évidemment Besançon, de possibilités de tourisme et de loisirs. Ce qu'il est nécessaire de faire et qui n'est pas très coûteux, c'est de recenser l'existant et de communiquer et de valoriser, après on peut effectivement aménager encore davantage. Les paysages sont exceptionnels comme disait Éric ALAUZET en plus du patrimoine urbain mais beaucoup de régions peuvent avoir la même démarche. On peut avoir la même problématique pour toutes les régions qui ne sont pas des régions balnéaires ou des régions de montagne. Or il faut trouver une accroche pour faire venir le touriste et l'accroche ce n'est peut-être pas en disant notre région est la plus belle, venez la voir, etc. c'est peut-être une accroche sur le développement de l'événementiel. On parlerait de Besançon pour tel et tel événement et à ce moment-là on en profiterait peut-être pour voir Besançon, son patrimoine et sa région.

**M. Jean-Claude ROY :** Dans le rapport que Jacques MARIOT a présenté d'une manière concise, je n'ai pas entendu les mots que j'attendais sur déplacements mobilité. Je crois que le nouveau réseau d'Agglomération, Ginko, apporte une plus-value parce qu'il est à l'échelle de la communauté et des étudiants et les gens qui viennent pour les vacances ne restent pas seulement sur Besançon. Puis nous avons organisé aussi l'intermodalité structurelle, fonctionnelle mais tarifaire et on pourrait compléter le pass inter-sites pour qu'il intègre aussi transports, hébergement. Cela se fait dans d'autres villes et on pourrait trouver des partenariats qui permettent d'offrir aussi ce pass plus largement ouvert, d'envisager les choses beaucoup plus simples que d'être obligé d'acheter ensuite ses titres de transport.

**M. Pascal BONNET :** Monsieur le Maire, je rejoins mes collègues de la minorité pour dire : enfin ! Enfin à la fois par la satisfaction que nous avons de voir ce projet aujourd'hui mais aussi par le regret que ce soit un peu tardif. Ce qui me paraît intéressant, c'est le caractère partenarial et évolutif, adaptable avec la notion d'une évaluation qui nous rassure aussi sur ce qui sera fait en fonction de ce qu'on pourra faire. Je voudrais revenir simplement pour être rapide sur un point qui me tient à cœur dans la mesure où je suis de ceux qui ont toujours plaidé pour la réflexion sur un événement qui aurait une dimension nationale voire internationale. Donc il est question d'un événement culturel en lien avec le temps. Je pense qu'il faut réfléchir au-delà de la dimension culturelle sur quelque chose qui touche aussi à la dimension scientifique, technique, universitaire de la Ville en matière de temps et qu'on ne se limite pas à l'aspect culturel, pour arriver à une manifestation qui ait une envergure au-delà de notre ville.

**Mme WEINMAN :** Dernière petite chose aussi dans poursuivre la valorisation de l'espace, il y a un petit calendrier échéancier. J'ai noté que la priorité pour 2002, enfin il reste trois mois ça va, c'est Castan et Granvelle en études et la réalisation Castan et Granvelle. Alors je me réjouis, je crois que ça va faire plaisir à tous les vieux Bisontins.

**M. LE MAIRE :** On va avoir un peu de retard peut-être. C'est depuis 1999 qu'il y a une réflexion par rapport à cela. Là je ne garantis rien !

**M. Michel LOYAT :** Mme BRANGET a ouvert un débat sur les Prés de Vaux. Ça n'est pas l'objet principal du débat d'aujourd'hui mais elle a présenté les Prés de Vaux comme pouvant être un lieu principal ou en tout cas très important dédié au tourisme. Nous aurons le débat sur les Prés de Vaux de manière plus approfondie. Cela dit je voudrais peut-être répondre sur quelques points tout en retenant des propositions.

Tout d'abord, je crois qu'il y a eu un peu une caricature du schéma général d'urbanisme qui avait été approuvé en décembre 2000. Récemment le 2 juillet 2002, j'ai présenté à un groupe de pilotage partenarial le projet tel qu'il avait été approuvé en énumérant un certain nombre de questions ouvertes. Je ne vais pas prendre beaucoup de temps, je voudrais quand même dire que le point de départ pour les Prés de Vaux, c'est l'ambition, l'ambition pour la Ville de Besançon et je crois qu'elle rejoint une ambition pour d'autres partenaires. C'est clair du côté du Conseil Général. Je dirais que du côté de la Communauté d'Agglomération, cela reste à vérifier. J'ai assisté à des réunions sur le stade d'eau vive, j'ai bien pris note que la Communauté d'Agglomération se détermine pour une maîtrise d'ouvrage sur ce stade d'eau vive. En revanche, dès que l'on aborde la question d'autres espaces, ça reste interrogatif, donc nous verrons ce qu'il en est de l'ambition de la Communauté d'Agglomération sur le site des Prés de Vaux. Quant à la Région, il semble qu'elle soit prête à accompagner surtout financièrement je dirais dans le cadre d'ATSR, c'est-à-dire à subventionner les acquisitions-démolitions dès l'instant qu'il y a un projet.

Je voudrais indiquer que l'ambition telle qu'elle a été exprimée dans le schéma général d'urbanisme, ce n'est pas de faire 700 logements et puis un passage plus ou moins bétonné le long du Doubs. L'ambition est beaucoup plus forte, c'est d'abord de tourner la page d'une friche industrielle. Je rappelle qu'actuellement la zone est un secteur industriel et que dans le cadre de la révision du PLU nous modifierons ce zonage. C'est la première décision et qui était politiquement forte à l'époque puisque pendant longtemps et pour des raisons qui sont faciles à comprendre, ce qui a été recherché sur ce site c'est de trouver des entreprises, des emplois, c'était ça pendant longtemps. Donc première décision : tourner la page du site industriel, ce qui ne signifie pas d'ailleurs que les activités de services notamment sont complètement à exclure.

Deuxième choix, c'est un programme d'ensemble afin d'éviter toute action par compartiments, un programme d'ensemble sur l'ensemble du site Prés de Vaux bâti et également ce qui est en zone naturelle donc jusqu'à ce qui sera justement le stade d'eau vive de la Malate. Une vue d'ensemble avec finalement plusieurs grands objectifs : valorisation des berges du Doubs et là je crois qu'on est complètement en phase avec ce qui est présenté notamment dans ce schéma touristique, c'est également conforter le centre-ville et l'attractivité du centre-ville et à partir de là les grandes lignes de ce qui a été arrêté c'est de considérer qu'il y a finalement de grands espaces qui doivent être articulés entre eux, d'un côté un quartier essentiellement effectivement d'habitat et là il peut y avoir une très grande ambition, ça peut être l'ambition pour la Ville et pour l'Agglomération de dire que ce nouveau quartier qui sera du XXI<sup>ème</sup> Siècle pourrait avoir une marque du XXI<sup>ème</sup> Siècle et une qualité qui ne soit pas de l'ordre de la banalité. Cela se traduit par des concours d'architecture. Ce type de choix se traduit aussi à un moment donné par des engagements financiers et il faudra alors arbitrer. Le deuxième espace c'est celui qui est plus tourné vers la nature, vers les sports ludiques et là les questions restent très largement ouvertes. Quel type d'équipement attractif, mis à part le stade d'eau vive, que peut être cet espace ? Alors vous avez évoqué un parc type Pré la Rose, peut-être, je crois que là les questions sont très largement ouvertes. L'AUDAB est chargée d'ailleurs avec les services de la Ville de poursuivre cette réflexion et je le rappelle il y a une démarche partenariale avec le Département, avec la Région pour élaborer très rapidement une méthode pour arriver à un programme d'actions.

Donc l'ambition si nous la partageons, c'est une très bonne chose. Il peut y avoir des propositions communes mais je crois qu'on ne peut pas ramener ce schéma général d'urbanisme à un chiffre, 700 logements ou à quelques actions je dirais périphériques. C'est beaucoup plus que cela mais il faudra bien sûr aussi se poser la question financière sachant que ce projet se fait avec d'autres projets et qu'il serait sans doute un peu chimérique de faire rêver sans se donner les moyens d'une réalisation concrète dans un délai qui ne soit pas trop lointain.

**M. LE MAIRE** : Chimérique et dangereux.

**Mme Françoise BRANGET** : Je voudrais répondre à M. LOYAT. Si je viens de proposer une alternative, elle va exactement dans le même sens que tout ce que vous avez évoqué parce que vous avez dit tourner la page. Le projet qui a été élaboré, le nouveau schéma d'urbanisme tourne la page effectivement puis il y a un aménagement, une vue d'ensemble mais j'ai également une vue d'ensemble de tout ce secteur des Prés de Vaux et bientôt je serai en mesure de vous proposer un projet complet justement sur l'aménagement.

**M. LE MAIRE** : Complet et chiffré.

**Mme Françoise BRANGET** : C'est ce que je vais essayer de faire mais vous savez que ce n'est quand même pas facile quand on est dans l'opposition d'accéder à toutes les informations. Je n'ai pas les services derrière moi et je travaille toute seule, alors j'aime autant vous dire qu'en terme de temps, d'énergie, c'est considérable.

**M. LE MAIRE** : Si on peut vous aider, on vous aidera.

**Mme Françoise BRANGET** : Si effectivement les services peuvent m'aider.

**M. LE MAIRE** : Enfin, vous aider à chiffrer.

**Mme Françoise BRANGET** : Voilà, donc je fais ce que je peux.

**M. LE MAIRE** : Je dis chiffrer parce que vous comprenez bien qu'il faut aussi que l'on puisse avoir...

**Mme Françoise BRANGET** : Bien évidemment mais je pense qu'en l'occurrence ça peut être un projet éligible effectivement au financement européen. Il peut y avoir des solutions et si de toute façon le Conseil Général ou le Conseil Régional peuvent fonctionner dans un projet déjà élaboré, pourquoi pas dans une reconversion de projet ? Je pense qu'on peut toujours faire mieux. Je demande simplement qu'on reconsidère tout cet aménagement des Prés de Vaux qui pourrait être économiquement considérable par la promotion touristique justement qu'on pourrait en faire et ça pourrait faire rentrer autant de taxes d'habitation, parce que tout à l'heure qui le disait...

**M. LE MAIRE** : On ne parle plus trop de tourisme là.

**Mme Françoise BRANGET** : Non mais attendez j'ai déjà entendu à Besançon, on est bien chez soi et on a besoin de personne alors effectivement il faut changer les mentalités un petit peu.

**M. LE MAIRE** : Qui dit cela ?

**Mme Françoise BRANGET** : Je l'ai déjà entendu dans les rues mais ceci dit quand on crée un emploi dans le tourisme, on crée deux emplois induits, c'est bien ce qu'on a dit tout à l'heure ?

**M. LE MAIRE** : C'est ce qu'a dit Mme SCHIRRER.

**Mme Françoise BRANGET** : Donc effectivement on a un potentiel à exploiter et je trouve dommage qu'on n'envisage pas de l'exploiter. C'est tout.

**Mme Joëlle SCHIRRER** : Pour répondre à Mme BRANGET sur le tourisme fluvial et le développement sur la rive côté Prés de Vaux, les études techniques conduites par l'AUDAB et plus précises après par un Cabinet d'études spécialisé, ont démontré que ce n'était pas la bonne rive parce que le chenal logique est le chenal qu'empruntait le côté port fluvial. Alors on peut, VNF nous l'a confirmé encore récemment, tout faire mais à quel prix et là ce n'est pas dans la logique de la géographie du Doubs.

**M. LE MAIRE** : Non, Madame BRANGET vous êtes intervenue deux fois, c'était d'ailleurs très intéressant mais je passe la parole à Paulette GUINCHARD-KUNSTLER.

**Mme Paulette GUINCHARD-KUNSTLER** : Deux remarques très simples, ce que je trouve intéressant dans ce schéma ce n'est pas le projet en tant que tel, c'est la mise en dynamique et c'est le changement culturel qui fait qu'on se pose la question de savoir comment se débrouiller pour que dans cette ville et dans cette agglomération le tourisme devienne un des éléments du développement économique, savoir ce qu'il faut faire là, c'est ça qui est très important. C'est l'entrée dans une dynamique où tout le monde se met en route et après les idées sur ce qui est à faire viendront naturellement. Je pense qu'on souffre trop souvent de se dire c'est ça qu'il faut faire concrètement à tel endroit, sur tel espace il faut faire du tourisme. L'enjeu on le sait très bien dans le tourisme c'est de créer une dynamique, c'est l'intérêt de ce schéma.

Sur les Prés de Vaux je ne dirai qu'une seule chose ; on peut avoir plein d'idées, des très belles idées, mais il y a un élément essentiel pour revaloriser les Prés de Vaux et les changer profondément, c'est de faire le pont à la sortie du tunnel. A ce moment-là les choses seront créées, l'espace existera. Je crois qu'il faut qu'on comprenne que l'enjeu c'est d'inscrire relativement rapidement ce pont dans le projet d'agglomération et là on pourra parler du projet des Prés de Vaux. Ce qui, à mes yeux est le plus important, en tout cas dans ce que nous a présenté Jacques MARIOT, c'est la dynamique qui est offerte en terme de changement d'habitudes sur l'agglomération de Besançon.

**M. Jacques MARIOT** : En terme de dynamique pour rebondir, je veux simplement dire qu'aujourd'hui il n'y a pas une animation commerciale qui se passe sur Besançon qui ne soit pas relayée par l'Office du Tourisme. Et là encore on pourra vous présenter dans quelque temps un nouveau projet en terme d'animation commerciale sur la Ville de Besançon.

En réponse à M. ROY, l'intégration des transports dans le pass inter-sites sur le document d'appel qu'on a fait en 2002, en 2003 on n'oubliera pas de préciser à pied, à cheval, à vélo, en voiture et en bus, ça on l'a bien noté. Vous avez vu que cette année on a mis en place une calèche place Saint-Pierre et je pense que c'est bien pour la Ville de Besançon. Une petite réponse pour Mme WEINMAN, je vous ai dit qu'en 2003 nous allons travailler avec la Chambre de Commerce sur la formation des acteurs touristiques, là encore le Directeur de l'Office du Tourisme qui est là depuis le 8 avril, c'est-à-dire depuis six mois, a déjà contacté en terme de tourisme industriel, la société MATY avec laquelle on va travailler pour 2003.

Dernière réponse à M. LAMBERT sur le volet financier, il est évident que nous allons chercher à concrétiser et à budgétiser trois, quatre à cinq actions par an mais, et je termine là-dessus, si on parle d'accessibilité Citadelle par exemple, vous avez vite compris le coût que ça pourrait faire.

**M. LE MAIRE** : Je suis particulièrement heureux de ce débat parce que je crois qu'effectivement il y a unanimité, ce qui est rare mais dont je me réjouis, quant à la nécessité de développer le tourisme à Besançon. Vous savez que j'y suis particulièrement attaché depuis longtemps et je pense que ce rapport qui a été fait sans concession c'est vrai mais qui est juste, on doit l'utiliser dans les années à venir à condition d'y mettre des moyens. Je crois que c'est aussi important, on doit l'utiliser pour que Besançon profite encore plus de ce qui est une grande chance pour elle à savoir ce cadre exceptionnel qu'on nous envie, ce patrimoine qu'il soit architectural ou culturel.

Par rapport aux Prés de Vaux, c'est vrai qu'on n'est pas vraiment dans le tourisme mais on y est quand même un peu et je crois qu'il est important peut-être d'en dire un mot. Pour le pont je peux rassurer Paulette, on en a déjà parlé à plusieurs reprises. Effectivement tu as raison, il faut qu'il soit fait rapidement car on ne peut pas parler du développement des Prés de Vaux sans qu'il y ait un pont. On n'a pas dit qu'il serait fait dans le cadre de ce mandat mais il faut au moins lancer les études et commencer à y réfléchir. Tout le développement du secteur des Prés de Vaux passe effectivement par la construction de ce pont qui sera donc dans le prolongement du tunnel sous la Citadelle.

Bien entendu, beaucoup l'ont dit, j'en ai déjà parlé avec Claude GIRARD et avec le Président de la Région, je crois que le maître mot des Prés de Vaux c'est ambition. En fait on a eu la chance qu'il y ait le grand canal, ça peut être paradoxal parce qu'à cause du grand canal justement on a gelé -je dis bien la chance entre guillemets, énormes guillemets- on a gelé toute cette partie-là qui pour l'instant, même s'il y a des maisons, des bâtisses dessus, des usines, reste quand même vierge. Et je peux vous dire qu'il y a là-bas 165 000 m<sup>2</sup> que l'on peut investir. Je dis 165 000 m<sup>2</sup> car j'étais hier à Grenoble où un jeune Bisontin a passé avec succès puisqu'il a eu la mention très bien, un concours d'architecte à l'école d'architecture de cette ville. C'est d'ailleurs le fils d'un de nos employés municipaux, M. TARDY, le Directeur du CHAT et il a fait son étude sur la reconversion des Prés de Vaux. C'est quelque chose d'intéressant avec plein d'idées nouvelles. J'ai donc ramené dans mes bagages le dossier et lui va ramener dans ses bagages, c'est un tout jeune architecte de 25 ans, les maquettes pour montrer en fait qu'il y a plein de choses qu'on peut faire là-bas. Je pense qu'avec le Département, la Région, l'Agglomération, chacun dans la limite de ses moyens, on doit avoir de l'ambition et peut-être même lancer un concours d'idées très large où effectivement on parlera de tourisme, de tourisme vert, de tourisme fluvial, de zone d'activités, de tourisme culturel, de logement aussi parce que je crois qu'il peut y avoir dans cette ville des façons de concevoir le logement qui mettent en valeur le site plutôt que de l'affaiblir. On en parle souvent avec Michel LOYAT quand nous avons quelques instants de libres. Je pense que c'est quelque chose pour un Maire, pour un jeune architecte, pour une équipe municipale, de très excitant de pouvoir réfléchir à ce que sera ce site dans quelques années. Personne n'imagine que le site des Prés de Vaux sera terminé à la fin de ce mandat, peut-être même pas à la fin du mandat suivant. Mais il faut que nous lancions la dynamique. Comme vous l'avez dit Madame BRANGET, ça sera le grand chantier des 15 années à venir, cette chance d'avoir ces 165 000 m<sup>2</sup> avec aussi une des premières réalisations dans quelque temps, l'espace pour canoë avec peut-être même une micro-centrale électrique.

Voilà ce que je voulais dire par rapport au tourisme. Je ne dirai rien d'autre parce que je crois que Jacques a répondu à vos questions et on est tous d'accord, il y a un consensus, qui n'est d'ailleurs pas un consensus mou mais un consensus dynamique. On doit s'y mettre tous, beaucoup l'ont rappelé. L'aménagement de ce lieu ne peut pas être l'affaire de la Ville seule, mais aussi celle de la Région, du Département, de l'Agglomération et aussi de l'État comme cela se fait déjà dans le cadre d'ATSR.

**Mme Nicole WEINMAN** : Une boutade : devant l'urgence du travail à faire, qu'est-ce que je regrette sincèrement que vous n'ayez pas été Adjoint plus tôt dans cette ville.

**M. LE MAIRE** : C'est vraiment une boutade Madame WEINMAN, mais vu l'heure elle passe bien. Je vais même regretter de ne pas vous avoir comme Adjointe peut-être si vous continuez ainsi, mais qui sait ?

Monsieur MARIOT félicitations, grand succès personnel (applaudissements). Vous avez amené votre «claque» mais je salue Mme NOUVEAU, Directrice de l'Hôtel Ibis Centre amicalement pour toute son implication et dans l'hôtellerie bisontine et à l'Office du Tourisme».

Après en avoir délibéré et sur avis favorables des Commissions Economie-Emploi-Tourisme et du Budget, le Conseil Municipal, à l'unanimité, adopte les propositions du Rapporteur.

*Récépissé préfectoral du 8 octobre 2002.*