

## Prospective et animation commerciale de la Ville - Subventions

**M. l'Adjoint MARIOT, Rapporteur :** Pour faire face aux enjeux concurrentiels avec les centres commerciaux de périphérie, les villes doivent se doter de moyens conséquents pour conduire l'animation de leur cœur de ville mais également des quartiers.

En effet, le rôle que jouent les commerces de quartier dans le maintien de la dynamique et de la cohésion sociale est capital.

Si le centre-ville est perçu comme étant vivant, par une enquête réalisée pour le compte de l'association à vocation nationale «Union du Grand Commerce de centre-ville», le souci d'équilibre avec la périphérie est permanent.

Cet équilibre touche à plusieurs niveaux la politique municipale : enjeux d'accessibilité (livraisons, transports en commun, stationnement) et de dynamisation.

La politique d'équilibre de l'attractivité commerciale menée par la Ville tend à créer une cohérence urbaine à la fois par la redynamisation de pôles secondaires et par le renforcement de l'attractivité du cœur de ville.

Cette démarche implique des actions qui visent à renforcer l'attractivité en particulier touristique du centre ancien, cœur de ville irriguant les quartiers, attractivité qui est l'un des points forts des grandes villes au patrimoine culturel et touristique dense.

L'enquête publiée par l'UGCCV démontre la nécessité d'optimiser le calendrier des manifestations sur l'année, en favorisant une meilleure répartition annuelle et en rationalisant les moyens mis en oeuvre, en particulier en terme de promotion et de communication.

Cette démarche a été engagée par la Ville de Besançon depuis plusieurs années par un conventionnement avec les associations organisatrices de manifestations commerciales.

Une progression supplémentaire est proposée pour l'année 2004 par l'établissement d'un calendrier, d'une mise en place d'actions de communication et de promotion communes.

La convention liant la Ville de Besançon aux associations de commerçants artisans et relative à l'organisation des animations commerciales de centre-ville, signée pour l'année 2003 prévoyait un bilan des actions réalisées.

Celui-ci fait ressortir que malgré une certaine lourdeur de fonctionnement, l'ensemble des associations a trouvé qu'une organisation transversale et partagée était porteuse de bénéfices pour la ville.

Il convient donc d'organiser pour les années futures, en les simplifiant, tant pour la collectivité que pour les associations, les relations de la Ville de Besançon avec les organisateurs de manifestations commerciales.

A cette fin, l'ensemble des associations représentatives du monde du commerce et de l'artisanat a été réuni à plusieurs reprises afin d'organiser ce fonctionnement nouveau.

L'ensemble des associations s'est regroupé afin de mutualiser les moyens mis en oeuvre et ainsi rationaliser les coûts de fonctionnement.

C'est ainsi que sous l'égide de la délégation Commerce - Artisanat - Tourisme les grands axes d'une stratégie ont été tracés, (par exemple la campagne de communication «commerce en capitale»), qui restent à présenter dans les détails et à valider par les acteurs principaux, à savoir les commerçants à travers leurs associations.

En matière promotionnelle, les précédentes conventions prévoyaient d'intégrer l'Office de Tourisme et des Congrès à la démarche. Ainsi plusieurs actions ont été menées conjointement avec la Ville, les associations et l'OTSI (foire de La Chaux de Fonds, salon de Lausanne, etc.). L'OTSI s'est donné les moyens humains d'engager des actions de promotion qu'il convient de renforcer par le recrutement d'un commercial.

Pour l'année 2004, il ne s'agit pas de générer pour la Ville de Besançon des dépenses nouvelles. En effet les dépenses seront stables, mais de rationaliser et de mutualiser les dépenses de communication et de promotions des grands événements commerciaux en pérennisant les cibles déterminées lors des précédentes campagnes promotionnelles et en allant démarcher les acteurs du tourisme sur des marchés inexploités que sont la Suisse et l'Allemagne frontalière toutes proches et demanderesses d'informations et d'idées de déplacements.

La Ville de Besançon a été cette année une nouvelle fois l'invitée d'honneur de la Chaux de Fonds, lors de l'exposition Floris 2004, à travers un stand commun de la Ville et de l'OTSI, ce qui a permis de déterminer que la Ville de Besançon était l'une des destinations privilégiées des Suisses romands, dans une démarche individuelle spontanée, et non liée à un événementiel particulier. A cette occasion, il a été permis de remarquer le déficit de communication sur ce segment, le souhait des Suisses étant d'être avertis des animations envisagées et leur volonté est de se déplacer sur Besançon, pour peu qu'ils en soient informés et que les propositions soient pertinentes et de qualité.

De plus la Ville de Besançon est pressentie pour être l'hôte d'honneur de la foire de rentrée de la ville de Fribourg en Brisgau, foire qui reçoit annuellement 100 000 visiteurs.

De même, la Ville est invitée à participer au forum de Lausanne qui reçoit en automne quant à lui 160 000 visiteurs sur 10 jours.

La demande est donc réelle et le marché porteur ; il est proposé d'exploiter ces pistes de prospects potentiels nouveaux par une approche ciblée, personnalisée, couplée à une démarche large lors des salons.

Il est proposé, ainsi qu'il en a été l'année dernière, que l'implication de l'OTSI au travers d'une action marketing ciblée, pertinente et forte visant à mutualiser et rationaliser les actions de promotion, sans augmentation du budget municipal, soit reconduite. Son financement sera assuré par un transfert à l'OTSI d'une partie des sommes consacrées par les associations à la promotion de leurs actions, et avec leur accord, reconduisant le processus qui a donné satisfaction en 2003. De plus, il est proposé que l'action de l'OTSI et de la Ville de Besançon soit renforcée en s'affichant sur les marchés allemands et suisses à travers une présence physique associée à la Ville, et une campagne d'information ciblée qui devra être analysée afin d'être pérennisée.

Le planning arrêté pour l'ensemble de l'année 2004 intègre de nombreuses manifestations nouvelles dont l'originalité réside dans une implication plus forte des quartiers de la ville.

Ces associations n'ayant pas eu le temps matériel d'organiser juridiquement leur regroupement, il est proposé au Conseil Municipal de Besançon d'attribuer à chaque association maître d'œuvre une subvention de soutien.

Une seule convention liant l'ensemble des parties sera signée, formalisant ces accords et fixant les obligations de chacun.

Afin que l'OTSI puisse organiser une promotion pertinente et efficace des animations, il conviendrait que les programmes soient connus une année à l'avance ; c'est pourquoi les services de la Ville et de l'OTSI oeuvrent avec les associations afin que le programme 2005 soit arrêté courant juillet 2004.

Après avis favorable unanime de la Commission Commerce - Artisanat - Tourisme, il est proposé au Conseil Municipal de Besançon :

- de se prononcer sur ces propositions,
- de solliciter les subventions auprès des partenaires institutionnels,
- de décider l'attribution des subventions suivantes qui reconduisent sans l'augmenter, le budget affecté à l'organisation des manifestations commerciales et artisanales et à leur promotion : subvention de 105 000 € à l'Union des Commerçants, 15 245 € à l'association RéCiDev, 7 000 € à l'association Commerce et Artisanat aux Chaprais, 40 000 € à l'OTSI, 3 000 € à l'association du Marché Beaux-Arts, 2 000 € à l'Association des Commerçants de Cassin, 2 000 € à l'association de l'Île de France.
- d'autoriser M. le Maire à signer l'ensemble des documents liés à ces partenariats,

En cas d'accord, la dépense, soit au total 185 345 €, sera imputée sur des crédits inscrits au BP 2004, chapitre 65.91.6574.30200.

Après en avoir délibéré, le Conseil Municipal, à l'unanimité, adopte les propositions qui lui sont soumises.

N'ont pas pris part au vote : M. MARIOT, Mme SCHIRRER

*Récépissé préfectoral du 2 juillet 2004.*