

Schéma de développement touristique pour Besançon et son Agglomération - Plan d'actions 2010 -2016

M. l'Adjoint GIRARD, Rapporteur :

Pourquoi un nouveau schéma ?

① Avec plus de 80 millions de touristes étrangers par an en France, un poids économique à 100 Milliards d'euros et une croissance soutenue des pratiques touristiques des Français en France, le secteur du tourisme prend une part de plus en plus importante pour le développement économique des territoires. C'est la raison pour laquelle il importe que les collectivités publiques facilitent le développement de ces activités porteuses qui, dans la majorité des cas, reposent sur des initiatives privées.

② Le surplus de notoriété pour notre territoire et les territoires voisins que nous apportent plusieurs inscriptions sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Celle du réseau des douze sites majeurs des fortifications de Vauban, celle de Salins-les-Bains par extension d'Arc-et-Senans, celle de l'urbanisme horloger à la Chaux de Fonds et bientôt sans doute celle de la Chapelle de Le Corbusier à Ronchamp.

③ Par ailleurs à partir de fin 2011, la mise en service de la ligne LGV Rhin-Rhône va, elle aussi, donner un coup de projecteur sur notre région. On a vu comment le TGV Est a pu être un puissant stimulant pour l'attractivité des territoires lorrains. La LGV Est constitue un défi qu'il importe pour Besançon de relever et ce schéma est une réponse à ce défi sur le plan du tourisme.

Enfin, le dernier schéma touristique remonte à 2002. Il a rempli pleinement son office :

- Les nuitées hôtels passent de 373 172 en 2001 à 442 780 en 2008 (sources INSEE), la fréquentation touristique augmente d'environ 18 %,
- Le chiffre d'affaires touristique global passe de 50 millions en 1999 à 62 millions d'euros en 2008 (à ratio constant et sans tenir compte de l'inflation, sources INSEE et cabinet DGCA), voire à 87 millions d'euros (ratio Comité Régional du Tourisme qui sera pris comme référence dans le nouveau schéma).

Du bilan des 40 actions (joint en annexe 1), il ressort que les actions les plus significatives ont porté sur :

- la mise en lumière de la Citadelle et du patrimoine historique du centre-ville (100 panneaux régionaux)
- le développement du plateau piétonnier,
- l'aménagement des berges et du port fluvial,
- la mise en œuvre du parking à Chamars dédié aux touristes et aux visiteurs en lien avec la création d'une navette liant le centre-ville et la Citadelle,
- la création d'outils d'aide à la découverte patrimoniale de la Ville,
- la création d'annexes de l'Office de Tourisme et des Congrès en centre-ville,
- la rénovation du Centre International de Séjour,
- la mise en œuvre de la démarche qualité «Bienvenue à Besançon»...

6 actions du schéma sont reprises dans le nouveau schéma pour être poursuivies :

- l'amélioration de la signalétique,
- le fléchage «centre-ville historique» sur les grands axes,

- le jalonnement touristique piétonnier,
- l'amélioration des campings existants,
- la création d'aires de camping-cars,
- le développement de l'hôtellerie de charme et de chambres d'hôtes,
- l'amélioration de l'accès à la Citadelle,
- le développement de l'offre culturelle à vocation touristique.

D'autres actions perdurent sans figurer dans le nouveau schéma, comme la propreté des espaces publics, la démarche de qualité auprès des professionnels du tourisme «Bienvenue à Besançon»...

Par ailleurs, les 40 actions ne constituaient pas une limite. Au contraire elles ont engendré une dynamique entraînant la Ville dans des actions non programmées initialement.

Pendant l'application du schéma, la Ville n'a pas hésité à se saisir des opportunités ou à prendre des initiatives non prévues dans le schéma, par exemple :

- la célébration du tricentenaire de la mort de Vauban en 2007 avec l'organisation de l'événement Equivauban,
- la réalisation du Cartoville Gallimard en 2008, présent dans les librairies de pays de langue francophone (France, Belgique, Suisse),
- la production en 2009, d'une vidéo touristique de Besançon (français, anglais et sous-titrage en mandarin) qui sera diffusée sur tous les longs courriers d'Air France en janvier, février, mars 2010 (185 destinations, 3 à 4 millions de passagers), puis sur le Pavillon de la France à l'exposition universelle de Shanghai 2010, du 1^{er} mai au 31 octobre 2010 (10 millions de visiteurs attendus),
- et surtout le succès de l'instruction du dossier de demande d'inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

En conclusion, ce bilan met fin à ce cadre de travail et ouvre le chantier pour la mise en œuvre d'un 2^{ème} schéma s'appuyant fortement sur l'inscription de Besançon au patrimoine mondial de l'UNESCO et impliquant très fortement la Ville dans sa position de capitale régionale et dans le territoire qui l'entourne (Ornans, Arbois, Arc-et-Senans, le Massif du Jura).

Les conclusions de ce bilan nous amènent aussi à concevoir un schéma partagé avec le Grand Besançon et concerté avec les acteurs professionnels et les deux autres collectivités territoriales (Conseil Régional et Conseil Général).

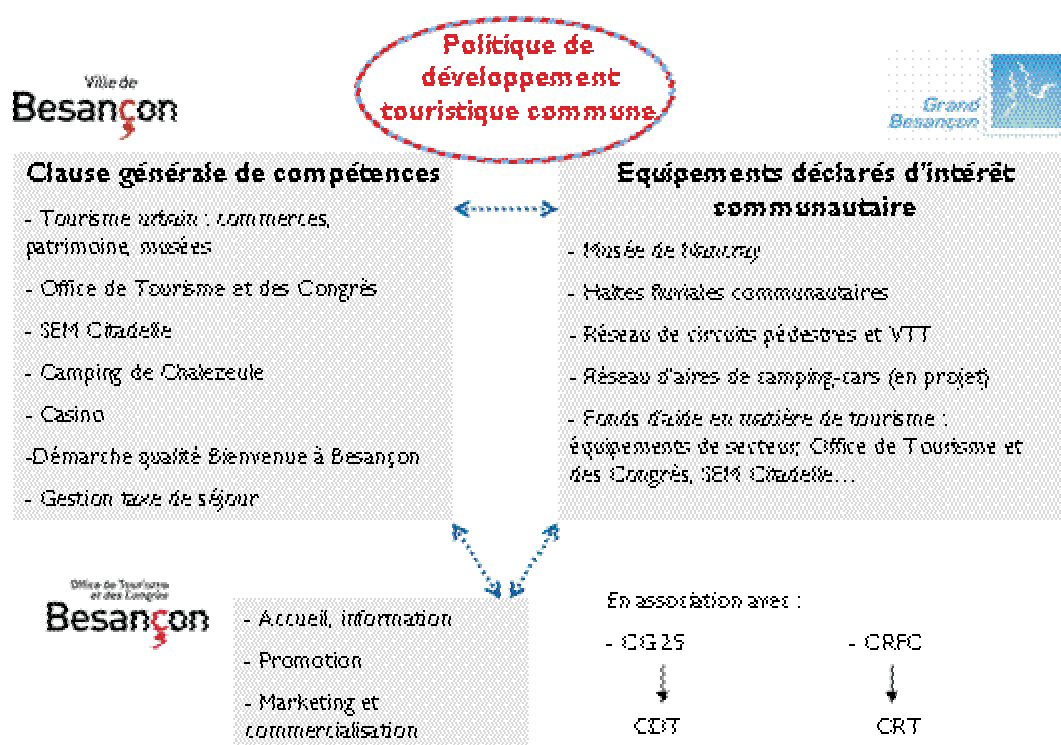
Le schéma 2010-2016 : un deuxième schéma pour une nouvelle étape.

I - Une compétence partagée

La compétence Tourisme reste une compétence partagée entre les communes et le Grand Besançon.

A ce titre, la Ville de Besançon conserve une compétence forte en la matière orientée surtout vers le tourisme urbain et culturel.

Le tourisme = une compétence partagée



De son côté, la CAGB développe des actions et projets davantage axés sur le tourisme de nature.

II - Un enjeu fort pour notre territoire et un objectif économique

L'activité touristique doit être un vecteur d'image, d'attractivité et de développement économique pour Besançon, le Grand Besançon et la Franche-Comté.

En effet, dans l'économie nationale le poids du tourisme est considérable, totalisant 97,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel, soit près de 7 % du PIB national (cf. annexe 2 : le poids du tourisme économique).

L'inscription des fortifications de Vauban sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO a donné un coup de projecteur sur nos richesses patrimoniales.

Le défi pour Besançon et son agglomération est maintenant de valoriser cette reconnaissance et les autres atouts touristiques de notre région. L'arrivée de la LGV fin 2011 constitue une autre chance à saisir pour capter de nouvelles clientèles.

Les objectifs de ce schéma et de sa mise en œuvre sont de renforcer la destination Besançon/Grand Besançon sur le marché du court et du moyen séjour, d'accroître les retombées économiques de l'activité touristique et de conforter la notoriété et le rayonnement du territoire.

III - Une démarche concertée

C'est pourquoi la Ville de Besançon et le Grand Besançon, en lien avec l'Office de Tourisme et des Congrès, ont souhaité associer les partenaires institutionnels des autres niveaux territoriaux : Conseil Général, Conseil Régional, Comité Départemental du Tourisme et Comité Régional du Tourisme et les professionnels du tourisme locaux au cours d'entretiens et d'ateliers thématiques.

30 réunions du comité technique tourisme, 8 réunions d'échanges du comité avec les acteurs touristiques ont abouti aux propositions d'actions du schéma.

IV - Un secteur en mutation constante et rapide

La situation économique actuelle et les enjeux environnementaux engendrent de nouvelles pratiques touristiques. Les nouvelles technologies modifient aussi les comportements : développement du e-tourisme et du m-tourisme, communautés virtuelles du web 2. La prise en compte de ces tendances est indispensable pour adapter notre offre et nos outils.

V - Le positionnement stratégique

Au regard des atouts de notre territoire, des pratiques et tendances actuelles en matière de tourisme, le positionnement suivant est proposé :

• Besançon : Ville des arts, de la culture, des congrès

Besançon bénéficie d'une forte concentration patrimoniale et culturelle dans un espace accessible, facile à découvrir en deux ou trois jours. C'est une **destination de tourisme urbain par excellence** :

- plus de 250 monuments historiques protégés en font l'une des villes françaises où la concentration de monuments est la plus forte,
- la Citadelle désormais inscrite sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO avec ses fortifications,
- le Musée des Beaux-Arts dont les collections comptent parmi les 10 plus belles des musées de province,
- le Musée du Temps, unique en France, est abrité dans le plus beau Palais Renaissance de tout l'Est de la France,
- des théâtres, cinémas et une programmation événementielle capable de rythmer l'année entière.

• Besançon : Carrefour de l'itinérance et du tourisme doux

L'Agglomération de Besançon vient renforcer encore la valorisation de la forte présence de la nature dans la ville, un trait de caractère plus que reconnu. Présence de l'eau à travers l'omniprésence de la rivière sur laquelle peut s'appuyer le développement de nouveaux produits touristiques, présence de la forêt, collines de Chaudanne, de Bregille et toutes les autres, font le caractère original du site.

En mettant en valeur ces attraits naturels, c'est aussi le pari **d'un développement touristique qui s'inscrit pleinement dans une démarche durable** et qui privilégie les formes douces du tourisme (véloroute, sentiers pédestres, pistes cyclables, Via Francigéna, chambres d'hôtes, gîtes d'étape...).

• Besançon : Au cœur d'un espace touristique élargi

Les intérêts touristiques de Besançon et son agglomération méritent **une vision élargie**. La ville occupe en effet une position privilégiée dans le territoire régional à proximité de la Saline Royale d'Arc-et-Senans et la station thermale de Salins-les-Bains (formant à eux deux un site UNESCO), d'Arbois et de ses vignobles, d'Ornans et de la vallée de la Loue et du Musée Courbet qui sera prochainement rénové, et Métabief Mont d'Or : le fameux Carré Magique.

Par ailleurs Besançon est à 45 minutes du Haut-Doubs et à un peu plus d'une heure du Locle et de la Chaux-de-Fonds que l'UNESCO vient de labelliser, et de la Chapelle de Ronchamp de Le Corbusier.

Besançon est aux portes du Massif du Jura et de la Suisse : montagne, horlogerie....

Et au cœur du réseau métropolitain Rhin-Rhône.

VI - Les actions

Une stratégie offensive déclinée autour de 5 actions structurantes et 5 atouts maîtres **pour promouvoir la destination Besançon sur le marché du tourisme**.

5 actions structurantes**1. Intensifier l'accueil touristique et la mise en réseau des sites**

- **Poursuivre l'accueil et l'information sur le territoire** avec la création de points d'informations touristiques dans les gares Viotte et TGV.
- **Renforcer l'accessibilité des sites et leur mise en réseau** avec la mise en place de dessertes dans le Grand Besançon et vers l'extérieur : sites UNESCO, franco-suisse, régionaux...
- **Améliorer encore le stationnement touristique**, un espace d'accueil (stationnement et services annexes) en centre-ville pour les autocars de tourisme et orienter les véhicules légers vers les parkings dédiés.
- **Améliorer la signalétique et favoriser la découverte** en fléchant le «Centre Historique» sur les grands axes, en créant un jalonnement touristique piétonnier et des bornes-pupitres sur les lieux touristiques, en organisant un parcours de découverte fléché au sol et en signalant les commerces proposant des produits régionaux, enfin en remettant en place le petit train touristique permettant la découverte du centre-ville.

2. Favoriser le développement d'un hébergement touristique diversifié

- **Régénérer les capacités de l'hôtellerie de plein air** en rénovant le camping de Besançon-Chalezeule, en créant de nouvelles aires de services et de stationnement pour camping-cars à Besançon (quai Veil Picard) et dans l'agglomération.

- **Développer l'hôtellerie de qualité** pour conforter l'accueil des touristes de conditions modestes et aisées en créant une offre hôtelière adaptée et augmenter la capacité d'accueil pour passer de 1 450 chambres à 2 000, en attirant de nouveaux investisseurs et en accompagnant les porteurs de projets, en étudiant les possibilités de réutiliser les éléments du patrimoine.

• **Renforcer l'offre de gîtes et chambres d'hôtes de 90 à 180 lits, notamment en ville**, en créant pour les porteurs de projets un dispositif d'accompagnement susceptible de leur faciliter la démarche et de solliciter des aides financières.

3. Conforter Besançon comme destination de tourisme d'affaires et de congrès.

- **Intensifier la démarche de prospection** en fédérant et en animant un réseau de prescripteurs locaux (Micropolis, Région Franche-Comté, CHU, UFC, Maison de l'Economie) et en renforçant la mission de prospection directe de l'Office de Tourisme et des Congrès.
- **Conforter le dispositif de guichet unique** en renforçant le partenariat entre l'Office de Tourisme et Micropolis.
- **Inciter les congressistes à découvrir la Ville** en offrant des produits associés comme le pass inter-sites ou des visites guidées thématiques.
- **Renforcer les capacités de l'organisateur de congrès** : aides financières et logistiques, (jalonnement, calicot, vin d'honneur ...).
- **Engager la réflexion sur la création d'un équipement de congrès en centre historique à l'horizon 2016** (dans le cadre de la réfection de l'Hôpital Saint-Jacques ?).

4. Conforter le positionnement de Besançon sur les marchés touristiques en mutation (e.tourisme...)

- **Mettre en œuvre un plan marketing** avec la définition de cibles et marchés prioritaires et la réalisation des actions s'appuyant sur les possibilités du e.tourisme (site internet, web2...).
- **Créer de nouveaux outils innovants** adaptés aux nouvelles pratiques, notamment les guides de visites, les applications sur Smartphones (m.tourisme) et des pass intersites étendus avec les sites du Carré Magique, les sites UNESCO et les villes de la Métropole Rhin-Rhône.
- **Concevoir de nouveaux produits «propres»** : les *célébrités de Besançon* (Victor Hugo, les Frères Lumière, Tristan Bernard, Fourier....), le *patrimoine horloger* (visites de l'horloge astronomique, visites de l'Observatoire, visites d'entreprises d'horlogerie dans le Doubs et la Suisse), les *richesses du territoire* dont le patrimoine UNESCO.
- **Proposer des packages s'appuyant sur l'événementiel** en établissant un calendrier cohérent et structurant des manifestations culturelles, sportives tout au long de l'année.

5. Relever ensemble le défi du tourisme

- **Mobiliser les habitants** grâce à des actions de sensibilisation et à la promotion de réseaux existants en particulier les réseaux sociaux, à travers un appui au montage de projet. Rendre les habitants de l'Agglomération fiers de leur destination touristique.
- **Renforcer l'implication des acteurs du tourisme**, notamment en fédérant les professionnels autour d'une offre de restauration de qualité, en proposant des concours ou labels pour la promouvoir...

- **Renforcer la gouvernance touristique** en dynamisant les travaux du groupe technique Tourisme (Ville, Grand Besançon, OTC) et en créant un comité «Destination Besançon» qui associe nos partenaires (Département du Doubs, Comité Départemental du Tourisme, Région de Franche-Comté, Comité Régional du Tourisme, Direction Régionale du Tourisme, Métropole Rhin-Rhône, Club TGV).
- **Conforter les outils d'observation touristiques** avec la mise en place d'une démarche d'évaluation renforcée, de veilles économique et prospective.

5 atouts maîtres

1. Continuer la mise en valeur de la Citadelle, ses musées et les fortifications Vauban

- **Valoriser le site fortifié** avec un ambitieux programme de travaux de restauration qui s'inscrit dans le plan de gestion du patrimoine Vauban UNESCO et la valorisation du paysage des fortifications.
- **Créer un établissement unique de gestion** à compter de 2011.
- **Mettre en place le projet** de la Citadelle avec une structuration forte autour du double pôle histoire (avec le musée Historique, le Musée de la Résistance et de la Déportation et le Musée Comtois) et nature (le Muséum d'Histoire Naturelle et son jardin zoologique).
- **Faciliter l'accès à la Citadelle** en poursuivant les études en cours destinées à réaliser le moyen de transport en commun adéquat.

2. Enrichir notre offre patrimoniale

- **Créer une dynamique autour de Victor Hugo et du Besançon Littéraire** avec l'ouverture de sa maison natale et l'aménagement de la place. Réflexion sur le devenir de la Maison Colette.
- **Réaménager le Musée des Beaux-Arts** en optimisant le circuit des visites et en modernisant le lieu.
- **Positionner le Musée des Maisons Comtoises et de plein air de Nancray** sur le tourisme durable avec des expositions et animations sur la thématique, des actions pédagogiques...
- Mettre en place une **salle de préfiguration du Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine** (CIAP) en créant à l'Hôtel de Ville un lieu de diffusion, d'échanges et de pédagogie grand public.
- **Poursuivre la réflexion sur la Maison Colette.**

3. Valoriser la Cité des Arts et de la Culture

- **Utiliser la future Cité des Arts et de la Culture conçue par l'architecte Kengo Kuma comme un élément important de communication** : création d'un site internet, des visites de chantiers ; des concerts ou colloques permettront de susciter l'intérêt et l'appropriation du site.
- **Faire rayonner le futur quartier culturel** en s'appuyant notamment sur le soutien et l'échange de bonnes pratiques du programme européen URBACT II (dans le cadre de l'étude sur l'interprétation urbaine et économique des nouveaux équipements).
- **Préparer la mise en tourisme de ce futur quartier en s'appuyant notamment sur le thème de l'architecture (K. Kuma, Le Corbusier, CN Ledoux) en lien avec les autres sites régionaux.**

4. Développer le tourisme d'itinérance et le tourisme doux

- **Enrichir l'offre de loisirs et d'animation le long du Doubs et de l'Euro vélo route n° 6**, avec le tourisme fluvial s'appuyant sur un port d'agglomération doté de services élargis, la création d'activités ou de structures spécifiques au fil de l'eau (hébergements, relais véloroute, parcours canoë-kayak...), un programme d'animations estivales en lien avec les acteurs locaux...

- **Valoriser la destination «nature»** avec la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel des collines et de la Vallée du Doubs, via l'appui aux actions des communes ou associations, le déploiement et la promotion des circuits de randonnées (randonnée urbaine, petite randonnée, GR, Via Francigéna...).

5. Stimuler une offre culturelle à vocation touristique

- **Développer l'offre culturelle** les week-ends et pendant les vacances pour susciter la venue des touristes et les inciter à prolonger leur séjour, en renforçant l'offre Visi'Pass, en allongeant les expositions des Musées, en programmant des spectacles, en créant des produits touristiques autour des événements culturels (forfaits, pass, forfait hébergement...).

- **Mettre en tourisme les principaux festivals** (Festival International de Musique, Festival de Musiques Anciennes, Herb'en Zik, Jazz en Franche-Comté...) en créant une ambiance dans la ville grâce à des animations musicales des écoles de musique, des harmonies ou du Conservatoire à Rayonnement Régional et à une implication des commerçants dans la décoration... (voir annexe 3 : descriptif détaillé des actions).

Un plan d'actions qui mobilise près de 34 M€ sur 7 ans, sans compter les actions à chiffrer après étude comme :

- l'ouverture de la maison Victor Hugo,
- le projet : scientifique, culturel et touristique de la Citadelle,
- la desserte en transport en commun des sites touristiques extérieurs...

Le plan de financement de ces actions est le suivant :

- Ville : 30 millions d'euros (dont 6,9 affectés à l'OTC)
- Grand Besançon : 4,2 millions d'euros (dont 0,6 affectés à l'OTC)
(au total 1 million d'euros/an sera affecté à l'OTC par les 2 collectivités pour mieux accueillir et promouvoir la destination).
- Partenaires : Union Européenne, Etat, Région et Département seront sollicités sur les différents dossiers en cours de chiffrage.

Ce schéma de développement touristique, véritable plan d'actions, doit fédérer l'ensemble des acteurs et des habitants pour construire le développement économique lié au tourisme et la notoriété de notre ville, capitale régionale.

Ce projet doit contribuer à faire des Bisontins les meilleurs ambassadeurs de leur ville.

Propositions

Le Conseil Municipal est invité :

- à approuver le schéma de développement touristique 2010-2016 ainsi que son plan de financement prévisionnel,
- à autoriser M. le Maire à solliciter tous les partenaires publics ou privés qui pourraient être partie prenante du projet sur le plan contributif, et à signer les conventions ou marchés devant intervenir pour la réalisation de ce programme.

ANNEXE 1

SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA VILLE DE BESANÇON

BILAN 2002-2009

PREAMBULE

Historique

⇒ En mai 1999, la délégation Economie-Emploi-Tourisme lance une étude pour l'aider à définir une politique cohérente de développement du tourisme de la Ville de Besançon.

⇒ En mai 2001, le schéma de Développement touristique est adopté par le nouveau Conseil Municipal.

Objectif

⇒ Accroître la fréquentation pour augmenter le chiffre d'affaires lié aux nuitées (en 1999, on compte 1,5 million de nuitées touristiques par an dans le Grand Besançon pour un chiffre d'affaires touristique estimé entre 45 et 50 millions d'euros) ;

Démarche participative

La délégation Economie-Emploi-Tourisme obtient alors, à titre gracieux, le soutien logistique de l'AFIT (Agence Française de l'Ingénierie Touristique), devenue aujourd'hui ODIT France, qui l'accompagne tout au long de la démarche stratégique participative qu'elle lui conseille de mettre en place, pour élaborer *in fine* un plan d'actions pluriannuel. Au total, **plus de 300 partenaires et acteurs touristiques sont réunis ou rencontrés en entretiens individuels.**

La délégation est assistée par le Cabinet DGCA.

Financement

Coût (1999) = 44 200 €

⇒ La Ville est le maître d'ouvrage et le principal financeur de l'étude (37,5 %)

⇒ Les autres partenaires financiers : Conseil Régional (25 %), Etat (12,5 %), Conseil Général (12,5 %), District (12,5 %).

L'étude a été conduite en 3 phases distinctes :

- diagnostic stratégique
- élaboration d'une stratégie globale de développement
- un plan d'actions.

LE SCHEMA DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

- C'est 40 actions à mettre en oeuvre pour assurer un meilleur développement touristique.
- La Ville est maître d'ouvrage pour une grande partie du schéma.
- La Communauté d'Agglomération (CAGB) pour sa part a la maîtrise de 7 projets.
- L'Office de Tourisme doit mettre en oeuvre 9 actions.

Ces actions sont regroupées autour de **7 axes de travail**.

1 - Accéder, stationner, se déplacer

- 1.1 Poursuivre le traitement des entrées d'agglomération et de ville (CAGB).
- 1.2 Renforcer la signalisation touristique directionnelle routière.
- 1.3 Améliorer la signalisation touristique directionnelle d'accès aux sites pour les piétons.
- 1.4 Créer des points de dépose et reprise des clientèles d'autocars.
- 1.5 Créer un espace stationnement pour les autocars de tourisme.
- 1.6 Mener une réflexion prospective sur un accès en site propre pour la Citadelle.

2 - Poursuivre la valorisation de l'espace

- 2.1 Etendre et faire respecter le secteur piétonnier.
- 2.2 Assurer la propreté des espaces publics.
- 2.3 Valoriser les jardins et espaces verts.
- 2.4 Valoriser les ponts.
- 2.5 Aménager des points de vision (CAGB).
- 2.6 Poursuivre opportunément la mise en lumière.
- 2.7 Aménager les rives du Doubs (CAGB).
- 2.8 Implanter du mobilier de confort.

3 - Faciliter la découverte et la compréhension du patrimoine

- 3.1 Développer les outils d'aide à la découverte patrimoniale de la Ville.
- 3.2 Mener une réflexion sur l'opportunité de la création d'un lieu d'accueil «tourisme, patrimoine et aménagement urbain».
- 3.3 Donner les moyens au Musée des Beaux-Arts de mieux répondre aux attentes d'un large public.
- 3.4 Préparer les conditions de développement du tourisme industriel.
- 3.5 Accompagner le développement du tourisme industriel dans le domaine des microtechniques en liaison avec le Musée du Temps.

4 - Développer animations et événements

- 4.1 Créer un événement culturel phare ayant un impact touristique.
- 4.2 Optimiser les animations.

5 - Améliorer et diversifier les hébergements

- 5.1 Inciter et aider à la rénovation de l'hôtellerie indépendante du centre-ville historique.
- 5.2 Aider à la rénovation du CIS (Centre International de Séjour).
- 5.3 Inciter et aider à la création de chambres d'hôtes et de gîtes (CAGB).
- 5.4 Créer plusieurs aires pour camping-cars (CAGB).
- 5.5 Réfléchir à une implantation pour un camping situé dans un cadre naturel de qualité (CAGB).

6 - Organiser et professionnaliser

- 6.1 Renforcer le service tourisme de la ville.
- 6.2 Créer une instance permanente de proposition et de suivi.
- 6.3 Former les acteurs du tourisme.
- 6.4 Mettre en oeuvre une démarche qualité.
- 6.5 Communiquer en interne sur l'activité touristique (OTSI).
- 6.6 Organiser des «journées du tourisme» (OTSI).
- 6.7 Réaliser et diffuser aux élus et professionnels un guide du «Qui fait quoi ?» (OTSI).
- 6.8 Mettre en place une observation locale de l'activité touristique (OTSI).
- 6.9 Optimiser le service de visites guidées (OTSI).

7 - Communiquer, promouvoir et commercialiser

- 7.1 Créer un comité de coordination de la promotion (OTSI).
- 7.2 Mieux informer les visiteurs par la création d'un guide d'accueil (OTSI).
- 7.3 Mieux informer les visiteurs par la mise en place de présentoirs de l'offre touristique (CAGB).
- 7.4 Constituer des Pass inter-sites (OTSI).
- 7.5 Construire et vendre des produits selon une démarche marketing (OTSI).

Les pages ci-après dressent le bilan de chaque action du schéma.

Une seule action «Créer un marché aux fleurs» a été volontairement abandonnée par le comité de pilotage car elle ne correspondait pas à la demande locale (les marchés aux fleurs s'inscrivent davantage dans l'économie des villes du Sud de la France).

1. ACCEDER, STATIONNER, SE DEPLACER

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>1.1 - Entrée d'agglomération et de Ville</p> <p>⇒ Donner une première image de la Ville, plus valorisante</p> <p>⇒ Inciter à découvrir la Ville</p> <p>Pilote : Ville et CAGB</p>	<p>1) Aménagements cohérents à long terme pour que ces entrées soient marquées par des «phares», signaux forts, cohérents avec l'image de l'agglomération</p> <p>2) Prévoir une réglementation limitant les panneaux publicitaires aux entrées de Ville.</p> <p>3) Traiter rapidement l'entrée Porte Taillée.</p>	<p>Dans le cadre de l'instruction du dossier de demande d'inscription des fortifications Vauban sur la liste du patrimoine mondial, 6 grands panneaux ont été posés aux 6 entrées de ville, informant les visiteurs que Besançon était candidate dans le cadre du réseau Vauban.</p> <p>Après le 7 juillet 2008, date d'inscription, les 6 mêmes panneaux indiquaient le changement de statut en annonçant que Besançon était inscrite.</p> <p>Ces panneaux sont situés :</p> <ul style="list-style-type: none"> - route de Dole, - route de Beurr (sous DelbarD) vers Micropolis - route de Belfort, entrée Est - rue de Vesoul, sortie du contournement N1057 <p>Ces 4 ensembles de dimension 600 cm x 300 cm.</p> <ul style="list-style-type: none"> - entre Rivotte - entrée Tarragnoz <p>Ces 2 ensembles de dimension 400 cm x 200 cm.</p> <p>Ces 6 grands panneaux servent également à informer temporairement de grands événements (comme Micropolis, le Tour de France, etc.), avec pose et décrochement d'un nouveau calicot provisoire.</p> <p>3) Ravalement de la Porte Taillée a été réalisé.</p> <p>2) (cf. fiche nouveau schéma - CAGB)</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>1.2 - Signalisation touristique routière</p> <p>⇒ Faciliter l'accueil des touristes</p>	<p>1) Renforcer la signalisation directionnelle existante en ajoutant des panneaux pour «rassurer» le visiteur du fait des longues distances entre panneaux d'entrée de Ville et centre historique (idéogramme monument historique) et mention centre historique,</p> <p>2) Mettre en place un système de signalisation dynamique des parkings</p> <p>3) Mettre en place une signalisation directionnelle, pour l'accès au camping, O.T., Casino, Citadelle</p> <p>4) Aménager des panneaux d'informations touristiques et culturelles aux 4 entrées de Ville.</p> <p>5) Mettre en place le plan cavalier du centre historique dans les RIS de la Boucle</p>	<p>2) L'ensemble du jalonnement dynamique comprend 15 supports répartis sur toute la Ville.</p> <p>3) Mise en place d'une signalisation directionnelle pour l'accès au camping, au Casino, à la Citadelle, à l'Office de Tourisme et des Congrès.</p> <p>4) En 2005, demande auprès du Conseil Général, dans le cadre de sa signalisation routière d'information culturelle et touristique spécifique aux 20 grands sites, d'un projet de remplacement du panneau représentant le tigre de la Citadelle par un panneau validé par le Conseil Général représentant 3 symboles : Citadelle Vauban, Victor Hugo et une horloge.</p> <p>Le graphisme a été réalisé en 2007 mais pas la fabrication car non budgétée par le Conseil Général.</p> <p>Puis, abandon de ce projet après l'inscription sur la liste du patrimoine UNESCO des fortifications Vauban en juillet 2008. Accord avec le Conseil Général pour remplacer les 4 panneaux «Tigre» par 4 panneaux reprenant le même visuel que celui des panneaux autoroutiers (coût : 25 000 €) en 2011-2012.</p> <p>Par ailleurs, le Conseil Général accepte de mettre en synergie les deux sites UNESCO et de poser sept panneaux H 31 (0,48 m²) aux entrées du département en partenariat financier avec la Ville (50 % CG et 50 % VDB) pour mai-juin 2009 avec le texte suivant «<i>Sites UNESCO du Doubs avec le logo UNESCO - Fortifications Vauban de Besançon</i>» Saline Royale d'Arc et Senans, suivre Besançon.</p> <p>Et, parallèlement, la Ville obtient l'accord de l'APRR pour mettre en place deux nouveaux panneaux dès l'été 2009 sur l'36 dans les deux sens Mulhouse-Beaune et Beaune-Mulhouse avec un visuel des fortifications de Vauban et un texte mentionnant l'inscription sur la liste du Patrimoine Mondial de l'UNESCO.</p> <p>5) Mise en place du plan cavalier du centre historique dans les RIS de la Boucle.</p> <p>Le plan cavalier a également servi de support à des plans édités par l'OTC et distribués aux touristes.</p> <p>Coût : 22 582 € (financés par la Région à 40 %, l'Etat à 17 % et la Ville à 43 %).</p> <p><i>1) Il reste à mettre en place un système de signalisation directionnelle avec l'idéogramme monument historique (cf. fiche du nouveau schéma).</i></p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>1.3 - Signalisation touristique piétonnière (monuments majeurs)</p> <p>⇒ faciliter l'accueil des touristes</p> <p>⇒ faciliter l'accès aux sites puis leur retour aux parkings</p> <p>⇒ Proposer aux touristes l'ensemble de l'offre touristique</p> <p>⇒ Donner une image touristique de la Ville</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>1) Mise en place de Relais d'Information Service sur les parkings et endroits stratégiques de la Ville</p> <p>2) et améliorer la signalisation directionnelle</p>	<p>1-2) - Etude en 2006 et 2007 pour réaliser un schéma de jalonnement touristique piétonnier afin de faciliter l'accès des piétons aux principaux sites à découvrir et donner une image touristique de la Ville.</p> <p><u>Diagnostic :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> . grande hétérogénéité des dispositifs . vétusté générale . information incomplète <p><u>Scénario retenu :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Découpage du centre historique en 12 quartiers - Création et pose de deux niveaux de mobiliers d'information (des relais de parkings et des relais de quartier) pour un coût de 331 400 € environ. - Enlèvement des 7 RIS actuels en mauvais état dans la boucle. <p>En 2009, les élus valident un projet, moins onéreux, avec la mise en place de bornes-pupitres et la création de parcours de découverte fléchés au sol.</p> <p>Crédit PPI de 110 000 € prévus pour 2010 et 2011.</p> <p><i>Lancement d'appel d'offres en février 2010 et réalisation 2010 - 2011.</i></p>
<p>1.4 - Point dépose et reprise des clientèles</p> <p>⇒ Faciliter l'accueil des touristes</p> <p>⇒ Faciliter leur accès aux sites</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Envisager l'implantation sur 3 lieux stratégiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> . Marché/Musée Beaux-Arts . Musée du Temps . Secteur Port fluvial Rivotte (le Petit Train) 	<p>Etude et réalisation en 2003 des 3 lieux.</p> <p>D'autres espaces réalisés : parking Chamars pour navette Citadelle.</p>
<p>1.5 - Parking autocar tourisme</p> <p>⇒ Favoriser l'accueil des clientèles groupes et autocaristes</p> <p>Pilote : Ville</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Trouver un site d'accès relativement aisé par rapport à la boucle. - Concevoir et réaliser l'aménagement d'un espace qui soit attractif pour les chauffeurs (lieu de détente, toilettes,...) qui sont des prescripteurs de séjours touristiques. 	<p>Un espace a été créé de 2002 à 2009 au Parking Chardonnet pour accueillir une vingtaine de cars, mais sans équipement d'accueil pour chauffeurs et touristes.</p> <p>En 2009, ont été délimités à Chamars trois emplacements pour les autocars de tourisme, contigus au parking payant dédié aux visiteurs, aux toilettes de Chamars et aux commerces du centre-ville (conditions appréciables pour les chauffeurs et touristes).</p> <p>Reste à agrandir et améliorer ce parking touristique de centre-ville.</p> <p><i>Cf. fiche nouveau schéma «Gare touristique multimodale».</i></p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>1.6 - Accès en site propre pour la Citadelle</p> <p>⇒ Améliorer les conditions d'accès à la Citadelle</p> <p>⇒ Assurer une meilleure diffusion dans la Ville des clientèles de la Citadelle</p> <p>Pilote : Ville et CAGB</p>	<p>- L'accès à la Citadelle est un des points principaux d'insatisfaction des clients</p> <p>- Considérer la Citadelle comme partie intégrante de Besançon et non comme une colline fortifiée extra-muros, par conséquent rendre aisée la liaison centre-ville-Citadelle tant du point de vue du tourisme culturel (possibilité de découvrir globalement l'originalité du site et du patrimoine classé du centre historique) que de l'économie touristique (inciter les visiteurs de la Citadelle à consommer en Ville)</p>	<p>- En 1996 a été mise en place une navette bus pour accéder à la Citadelle en juillet et août. Cette navette bus est reconduite chaque année pendant les deux mois de l'été.</p> <p>A partir de 2002, les navettes sont plus nombreuses (83 155 voyages).</p> <p>- Parallèlement, le circuit du petit train donne accès à la Citadelle.</p> <p>En 2008, un groupe de travail Ville/CAGB s'est réuni pour proposer un autre mode d'accès.</p> <p>En 2009, mise en place de la navette bus Citadelle habituelle de 8 h 30 à 19 h 30 (fréquence de 10 à 15 minutes mais sur une période beaucoup plus longue allant du 17 avril au 31 octobre 2009).</p> <p>- Parallèlement, délimitation d'un enclos de stationnement réglementé à Chamars de 240 places. Tarif nouvelle zone de visite de 5 €/jour. Cet enclos est également accessible aux camping-cars.</p> <p>- Le paiement du parking donne droit à la navette gratuite.</p> <p>- De même, en 2009, création d'un lieu d'accueil et de vente de titre d'entrée à la Citadelle dans le bâtiment du corps de garde.</p> <p>- Septembre 2009, pérennisation du parking.</p> <p>- Une solution à court terme a donc été proposée de 2002 à 2009.</p> <p><i>Dans le court terme, proposer le maintien d'une ligne de bus régulière entre Chamars et la Citadelle.</i></p> <p><i>A long terme, prévoir un autre mode d'accès mécanique (funiculaire, train à crémaillère...).</i> (cf. fiche nouveau schéma)</p>

2. POURSUIVRE LA VALORISATION DE L'ESPACE

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>2.1- Etendre et respecter le secteur piétonnier</p> <p>⇒ Accroître l'image qualitative de la Ville</p> <p>⇒ Inciter à mieux découvrir la Ville en flânant</p> <p>⇒ Développer le tourisme urbain</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Les dispositions inscrites dans le DPU concernant l'extension du secteur piétonnier de la Boucle (avec perspective de triplement du secteur à terme) sont parfaitement cohérentes avec les orientations du schéma touristique.</p> <p>Cependant, veiller à permettre l'accès :</p> <p>⇒ de divers types de véhicule à la Citadelle</p> <p>⇒ des cars jusqu'aux points de dépose et reprise de leurs passagers</p> <p>⇒ aux hôtels de la boucle</p>	<p>En 2003, décision d'étendre le secteur piétonnier :</p> <p>De 2003 à 2009 :</p> <ul style="list-style-type: none"> . la place de la Révolution . la rue Gustave Courbet . la rue Jean Petit, rue Paris . la rue des boucheries, . les rues Goudimel et Cusenier, en partie . l'agrandissement du secteur piétonnier sur le pont Battant . une partie de l'avenue Cusenier . rue du Palais de Justice . rue J.J. Rousseau . 1 rue Hugues Sambin . rue Bersot (de Proudhon à Alsace) et rue Proudhon (de Bersot à Lorraine). <p>La Ville a montré un réel intérêt à développer le secteur piétonnier au centre-ville qui invite le Bisontin et le touriste à la flânerie et au shopping.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>2.2 - Assurer la propreté des services publics</p> <p>⇒ accroître l'image qualitative de la Ville et de l'hyper-centre</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Mise en place de solutions concrètes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sensibilisation à l'usage des poubelles - contrôle du comportement des animaux domestiques (déjections canines) - dispositif contre les graffitis. 	<ul style="list-style-type: none"> - <u>Graffitis</u> : dispositif mis en place en mars 2000 <ul style="list-style-type: none"> . intervention domaine public et privé . renforcement de la cellule avec proposition de contrat d'abonnement aux privés d'enlèvement des graffitis. <u>Fin 2007</u> : accroissement des moyens : 2 personnes supplémentaires). <ul style="list-style-type: none"> 10 000 contrats/an (= 40 km de façade concernant le domaine privé) Recette de participation : 150 000 € en 2008 - 15 à 25 % de progression par an. - <u>Déjection canine</u> = 2003 <ul style="list-style-type: none"> . Communication visuelle et de proximité. . Sensibilisation des propriétaires . Arrêté 2005 : ramassage obligatoire de déjections et 115 distributeurs de sacs canins dans la ville. - <u>Création d'une cellule Animal de Compagnie</u> avec un budget de 35 000 €/ an (entretien des distributeurs, campagne de médiation). - <u>Chewing-gum</u> : octobre 2007 : implantation de 35 bornes d'affichage pour inciter à coller le chewing-gum Grande Rue et rue des Granges. <ul style="list-style-type: none"> Depuis 2007 : près de 100 000 chewing-gum (1 000/semaine), diminution de l'ordre de 50 % des chewing-gum jetés. Le lancement de la campagne a permis de regrouper sur une même borne appelée borne de propreté : <ul style="list-style-type: none"> - 1 attrape-gum - 1 distributeur de sac canin - 1 corbeille - 1 cendrier (1 000 € la borne donc 35 000 € les 35 bornes). - <u>Poubelles</u> : multiplication des corbeilles au centre-ville (250 actuellement dans la Boucle et Battant). - Projet d'accroissement du nombre de corbeilles sur le centre-ville à hauteur de 100 corbeilles supplémentaires. - <i>La Ville se doit de rester vigilante sur la propreté des espaces publics et les sites touristiques.</i>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>2.3 - Valoriser les jardins et espaces verts</p> <p>⇒ Donner une autre image du centre ville à l'aspect très minéral</p> <p>⇒ Elargir l'éventail de l'offre en matière de tourisme urbain.</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>1) Mieux communiquer sur les jardins</p> <p>2) Créer un produit «visites guidées»</p> <p>3) Mettre en valeur 3 espaces verts emblématiques de la boucle</p> <ul style="list-style-type: none"> . square Castan . promenade Granvelle . promenade Chamars 	<p>1) Création de circuits pédestres par la Direction des Espaces Verts</p> <ul style="list-style-type: none"> - Colline de Chaudanne (2005) - Colline de Rosemont (2006) - Colline de Bregille et la Chapelle des Buis (2007) - Colline de Planoise (2008-2009) - Sentiers Forêt Chailluz (2008) (4 500 €) <p>Budget d'environ 80 000 €/colline (pour travail foncier, terrassement, bornes de balisage, mobilier d'information et aménagement de parking)</p> <p>2) Création de visites guidées par la Direction des Espaces Verts et édition d'une brochure annuelle</p> <p>3) Aménagement en 2005 du square Castan mettant en valeur les vestiges romains (coût : 120 000 €)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aménagement Parcs Granvelle et Micaud (2007-2008-2009), restauration des cascades de rocaille et bassins - coût global : 115 000 € Micaud. - Aménagement des vieux glacis : étude en cours, projet pour 2010-2011-2012 - Des actions développant la biodiversité ont été mises en oeuvre : • l'abeille, sentinelle de l'environnement • parcours de découverte des oiseaux le long du Doubs (20 000 €).
<p>2.4 - Valoriser les ponts</p> <p>⇒ Rendre plus lisible le Doubs, élément structurant de la Ville</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>- Donner un caractère plus festif aux ponts</p> <p>- Décorer quelques ponts afin de revaloriser le Doubs et de solenniser l'accueil du visiteur dans la boucle, au moyen de bannières, étendard, pont marché, fleurissement ou autres</p>	<p>- Un pavoisement estival a été mis en place en 2003, 2004, 2005 : des kakémonos représentant les drapeaux officiels de 23 Etats, avec un texte «Bienvenue» dans la langue du pays. Budget : 12 572 € en 2003 et 5 000 € en 2005.</p> <p>- Le pavoisement a cessé, car victime de son succès, les kakémonos étaient systématiquement volés.</p> <p>- D'où report sur une autre forme de valorisation des ponts comme le fleurissement.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fleurissement du Pont Battant 2007 - 2008 : Fleurissement du Pont de la République côté embarcadère - 2009 : Poursuite du fleurissement des 2 ponts - 2010 : Poursuite du fleurissement des ponts (budget intégré dans le budget global du fleurissement)

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>2.5 - Aménager les points de vision</p> <p>⇒ Donner l'occasion de découvrir différemment la Ville.</p> <p>⇒ Fournir les clés de lecture du paysage</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Grand nombre de points élevés pouvant servir de belvédères, de points de vision : Fort de Bregille, Chaudanne...</p> <p>- Aménager l'accès au site (signalétique) et des points de stationnement.</p> <p>- Créer des espaces de détente et de contemplation (sièges...) et des outils de lecture des paysages (panneaux d'interprétation, tables d'orientation...)</p>	<p>- <u>Dégagement de points de vue</u> sur la Ville à Bregille, Chaudanne et à la Citadelle (sur la terrasse et au bastion Sainte-Barbe) (budget fonctionnement Espaces Verts)</p> <p>- Signalétique</p> <p>2003 à 2007 : balisage des sentiers pédestres vers Bregille, Chaudanne et la Citadelle (cf. fiche 2.3)</p> <p>- Projet de table de lecture de paysage et patrimoine à Chaudanne et à Bregille (2010-2011).</p>
<p>2.6 - Poursuivre opportunément la mise en lumière</p> <p>⇒ Mettre en valeur les éléments marquants du patrimoine</p> <p>⇒ Inciter à une découverte nocturne de la Ville</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Continuer le Plan lumière commencé avec la mise en lumière de la Citadelle</p>	<p>- Plan lumière</p> <p>. 2001-2002 : quai de Strasbourg et quai Vauban</p> <p>. 2005 : Synagogue, Pont de la République</p> <p>. 2006 : Conservatoire, Musée Beaux-Arts, City</p> <p>. 2007 : Porte Taillée, Place de la Révolution, Place Pasteur</p> <p>. 2008 : Place du 8 Septembre</p> <p>En 2009 :</p> <p>Maintenance (changement des projecteurs) sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> · La Citadelle · Le Pont de la République · Le Pont Battant · Le Pont Canot <p>et maintenance préventive sur les quais Vauban (remplacement des fosses à lumière par des projecteurs encastrés au sol).</p> <p>Le budget s'est élevé au total à 1 500 000 € dont 487 000 € financés par EDF.</p> <p>Projet de lumière sur la montée rue des Fusillés (rappel du V de Vauban) - 2010/2011 Budget : 200 000 €.</p> <p>- Découvertes nocturnes</p> <p>Mise en place des visites nocturnes de la Citadelle.</p> <p>Visites guidées nocturnes pendant le Marché de Noël.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>2.8 - Planter du mobilier de confort</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Répondre aux besoins des touristes par la mise en place de mobilière confort (abris, bancs et toilettes) en ville et sur les principaux sites de visite : Citadelle, Musées, Bateaux mouches, Petit Train, etc.</p>	<p><u>Mobilier</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - En 2008, élaboration d'un cadre de référence pour harmoniser le mobilier urbain de l'ensemble du parc tant dans la réhabilitation que dans l'aménagement (harmonisation pour la forme, la couleur) - En 2009, la 1ère réalisation respectant ce cadre de référence au Square du Chapitre avec l'implantation d'un banc (gris anthracite), d'une corbeille, de garde-corps et de revêtement de sol (coût : 100 000 €). <p><u>Toilettes</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir de 2002, contrat de location sur 10 ans pour 8 cabines automatiques sur le centre-ville : parkings Beaux-Arts, Bouchot, rue de l'Ecole, Granvelle, Chamars, 2 à Planoise, 1 à Saint-Claude - Acquisition d'un WC mobile «le nomade» pour les manifestations en 2008 (22 000 €), projet d'un 2ème WC mobile. <p>Edition en 2008 d'une plaquette d'information sur les toilettes publiques distribuée aux accueils des établissements publics de la Ville et à l'OTC (avec plan de localisation et horaire).</p>

3 - FACILITER LA DECOUVERTE ET LA COMPREHENSION DU PATRIMOINE

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>3.1 - Développer les outils d'aide à la découverte patrimoniale de la Ville</p> <p>⇒ Diversifier les modes et outils de découverte du patrimoine</p> <p>⇒ Fournir à ceux qui n'ont pas une sensibilité très marquée pour le patrimoine quelques clés de compréhension en les incitant à en savoir plus</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>1) Implanter une signalétique touristique</p> <p>2) Rendre opérationnels des circuits thématiques et des circuits liés à la valorisation de l'espace (circuits nocturnes liés à la mise en lumière...)</p> <p>3) Continuer l'édition et augmenter le tirage des documents Ville d'Art et d'Histoire.</p>	<p>1) En partenariat avec la Région de Franche-Comté, la Ville a mis en oeuvre son projet de signalétique touristique et patrimoniale qui concerne 100 monuments ainsi dotés d'un outil d'interprétation pour améliorer les conditions d'informations touristiques et culturelles des visiteurs et des Bisontins, en français et en anglais.</p> <p>Deux types d'informations prédominent : un texte informatif et une représentation graphique.</p> <p>Y figurent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • le nom du monument • les informations touristiques • les illustrations et traductions en anglais et en allemand (sur les panneaux 500 mm x 500 mm uniquement). <p>Deux formats ont été retenus 500 x 500 et 300 x 300, avec piètement ou fixation au mur. Le panneau est en acier tenant ainsi compte des contraintes techniques telles que la durabilité, l'étanchéité, l'entretien, la solidité. Le verre synthétique ou Makrolon est sérigraphié sur sa face arrière, afin de protéger l'illustration d'éventuelles dégradations.</p> <p>50 x 50 et 30 x 30 fixés au mur ou sur piètement.</p> <p><u>Pose en 3 étapes</u></p> <p>2005 : 40 panneaux 2006 et 2007 : 36 panneaux 2008 : 24 panneaux dont 15 concernant le patrimoine militaire.</p> <p>Coût total des 100 panneaux : 126 428 € (financement Ville : 25 286 €, Région : 101 142 €).</p> <p>2) De nombreux circuits thématiques ont été proposés avec prise en compte de l'actualité (ex : circuits Vauban) (cf. catalogue des visites guidées) et des visites nocturnes (Citadelle, Marché de Noël, etc.)</p> <p>3) Edition régulière des documents villes d'Art et d'histoire (2002 à 2009) :</p> <ul style="list-style-type: none"> - «Laissez-vous conter» la Ville - Visites découvertes - Programme des journées du patrimoine - Programme des actions éducatives - Raconte-moi Besançon - Besançon littéraire

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>3.2 - Mener une réflexion sur l'opportunité de la création d'un lieu d'accueil «Tourisme et Patrimoine»</p> <p>⇒ Créer un lieu qui soit le passage obligé préalable aux découvertes patrimoniales.</p> <p>⇒ Informers et inciter à découvrir l'ensemble des sites.</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Mener une 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 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'OTC (*) - une salle de Préfiguration du Centre d'Interprétation de l'Architecture, du Patrimoine et des Projets Urbains (CIAP). <p>(*) Office de Tourisme et des Congrès</p>	<p>En 2003-2004-2005, de nombreuses réunions ont été initiées par la Délégation Tourisme pour démontrer la nécessité de déplacer l'OTC au coeur de la Ville, à l'Hôtel de Ville, là où circulent les flux touristiques majeurs et pour préconiser le regroupement de l'OTC et de la Salle de Préfiguration du CIAP.</p> <p>En 2009, dans le cadre du réaménagement du rez-de-chaussée de l'Hôtel de Ville en vue d'offrir un accueil de qualité tant aux usagers qu'aux visiteurs de passage, l'OTC a ouvert une annexe à compter du mois de juillet à l'Hôtel de Ville afin de développer l'accueil et l'information touristique au coeur de la Ville et du secteur piéton et commerçant.</p> <p>Le coût des travaux est inclus dans le marché de travaux du réaménagement global du rez-de-chaussée de l'Hôtel de Ville. La Ville a versé une subvention de 60 000 € pour aider l'OTC à équiper l'annexe en matériel informatique (bornes Internet, écran de diffusion, banques d'accueil, etc).</p> <p>La Ville a fait plus que ce qu'avait prévu le schéma puisqu'elle a ouvert un second accueil de l'OTC au Corps de Garde de Chamars.</p> <p>La Salle de Préfiguration du CIAP intégrera l'Hôtel de Ville au printemps 2010. La synergie avec l'accueil de l'OTC devrait permettre une meilleure gestion des visites guidées et un développement de celles-ci. (coût CIAP : 350 000 €).</p> <p>Il conviendra de rendre plus attractif l'accueil de l'OTC à l'Hôtel de Ville et mieux le signaler.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>3.3 - Donner les moyens au Musée des Beaux-Arts de mieux répondre aux attentes d'un large public.</p> <p>⇒ Accroître son activité afin de remettre en adéquation la qualité et la richesse des collections.</p> <p>⇒ Revaloriser la présentation de ses collections</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>1) <u>En matière de travaux</u> La poursuite de l'aménagement de l'accueil, transformer le comptoir de vente en boutique, aménager un vestiaire.</p> <p>2) <u>En matière d'équipement</u> Mise en place de mobilier de confort : sièges et banquettes au rez-de-chaussée et dans les salles.</p> <p>3) <u>En matière de communication</u> - Mise en place d'un véritable service de communication/marketing (en commun au Musée du Temps) pour mieux faire connaître les institutions, leurs activités. - Mise en place d'une signalétique directionnelle à l'extérieur du musée (couplée avec Marché Beaux-Arts) - Mise en place d'une signalétique fonctionnelle à l'intérieur du musée.</p> <p>4) <u>En matière de médiation</u> : - Mise en place de documents d'aide à la visite : panneaux pédagogiques, fiches de salle - Conception et réalisation d'un audioguide.</p>	<p>1) Ravalement des 4 façades du Musée en 2006 et travaux de mise en sécurité (bureaux et corps de garde dans les espaces publics). <u>Les tranches de rénovation prévues en 2008 ont été reportées à 2011-2012 :</u> . aménagement de deux ailes pour présenter les expositions et collections temporaires . travaux dans le hall, aménagement de boutiques et vestiaires.</p> <p>2) Reste à réaliser</p> <p>3) La mutualisation des 2 musées devrait permettre de mettre en place dès 2010 un service de communication, marketing commun. - La signalétique directionnelle à l'extérieur a été réalisée. - Un document avec un plan du musée est donné aux visiteurs.</p> <p>4) Ont été créés : - des fiches de salle sur les collections égyptiennes - des dossiers pédagogiques (public, scolaires) pour les expositions temporaires - des documents d'aide à la visite pour certaines expositions (pour tout public).</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>3.4 Préparer les conditions du développement du tourisme industriel</p> <p>⇒ Présenter un autre patrimoine.</p> <p>⇒ Inciter des entreprises à s'ouvrir à la visite d'entreprises</p> <p>Pilote : Ville et OTC</p>	<p>Recenser et évaluer l'offre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convaincre et accompagner les entreprises à ouvrir à la visite - Accompagner la conception, la réalisation ou l'amélioration des produits «visites d'entreprises» 	<p>- Les entreprises Maty (bijoux), le Criollo (chocolat), Zuber-Rieder (papeterie) sont ouvertes à la visite de groupes.</p> <p>- <u>En 2004, création d'un partenariat</u> Ville - OTC - <u>ADEPIC</u> (Association pour la découverte du patrimoine industriel comtois) pour valoriser la mise en tourisme des industries de Besançon, du Grand Besançon et de la Franche-Comté.</p> <p>Deux actions ont été envisagées :</p> <p>1) Elaboration d'un <u>programme annuel thématique</u> faisant le lien entre histoire industrielle et actualité des entreprises.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Au total de 2004 à 2009 ont été organisées 17 visites d'entreprises dont 9 à Besançon (Bourgeois, Parkéon, station de traitement d'eau, Imasonic, LU, etc.) et 13 dans l'agglomération. 6 visites sont prévues en 2010. • Hors du Grand Besançon : 27 visites d'entreprises ont été proposées. <p>Les visites ont concerné environ 2 500 personnes.</p> <p>Ces visites sont autofinancées et la brochure est éditée par l'imprimerie de la Ville.</p> <p>2) Mise en place d'un <u>programme estival</u> de visites d'entreprises dans toute la Région avec la réalisation d'un document d'appel.</p> <p>- Par ailleurs, le partenariat (Ville - OTC) engagé dès 2000 avec l'association «Chemin des Sens», composée d'une trentaine d'artisans, s'est poursuivi avec l'élaboration chaque année d'un programme annuel faisant le lien avec artisanat et patrimoine. Les «<u>Flâneries</u>» proposent 12 visites par an chez des artisans.</p> <p>La Ville alloue une subvention annuelle de 10 000 € pour l'organisation des visites, l'élaboration d'un flyer et une exposition lors des journées du patrimoine. L'OTC gère les visites chez les artisans.</p>
<p>3.5 Accompagner le développement du tourisme industriel dans le domaine des microtechniques, en liaison avec le Musée du Temps</p>		<p>. Création d'une salle des partenaires au Palais Granvelle pour servir de tête de pont à un développement du tourisme.</p> <p>. Création d'un club des entreprises partenaires du Musée (colloque, débat scientifique...).</p>

4. DEVELOPPER EVENEMENTS ET ANIMATIONS

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>4.1 - Créer un évènement culturel phare ayant un impact touristique</p> <p>⇒ Développer la notoriété de la Ville en matière culturelle.</p> <p>⇒ Intéresser les médias et faire parler de Besançon.</p> <p>⇒ Accroître la fréquentation et la consommation touristique</p> <p>⇒ Animer la ville.</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>1) S'appuyer sur le festival de musique créé en 1947, vite doublé du concours du jeune chef d'orchestre pour créer un évènement phare qui qualifie Besançon à la fois au plan artistique et culturel en même temps qu'au plan touristique.</p> <p>2) Eventuellement créer un autre évènement par exemple autour de la thématique du temps</p>	<p>1) Poursuite du Festival de Musique mais sans retombée touristique. Tentative de créer un évènement « Toques et Notes » pour relancer le festival et intéresser le grand public en associant la musique et la gastronomie mais pas de consensus entre les trois collectivités (Ville, Département, Région).</p> <p>En 2009 a été commercialisé le premier forfait touristique autour du Festival de Musique, l'opération devrait être reconduite et amplifiée.</p> <p><i>(Cf. fiche du nouveau schéma : mettre en tourisme le Festival International de Musique).</i></p> <p>2) Un évènement a été créé en 2002 «Boulevard d'Hugo» à l'occasion du bicentenaire de la naissance de Victor Hugo à Besançon.</p> <p>Puis, un évènement sur la thématique du temps a été proposé pendant 3 ans : «les Instempsfestifs» relayé ensuite par le festival «Musiques de Rues» à partir de 2006 et par Sonorama en 2009.</p> <p>Budget de l'évènement d'automne : environ 1 million d'euros comprenant le partenariat du Casino Municipal à hauteur de 220 000 €.</p> <p>3) Par ailleurs, l'instruction de demande de classement des fortifications Vauban de Besançon au patrimoine mondial de l'UNESCO dans le cadre du réseau des Villes Vauban est devenue l'évènement majeur de la Ville.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>4.2 - Optimiser les animations</p> <p>⇒ Développer le capital d'image de Besançon.</p> <p>⇒ Accroître la fréquentation et la consommation touristique.</p> <p>⇒ Fidéliser les touristes, les faire rester plus longtemps</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Réussir un groupe de travail annuel pour mettre de la cohérence dans la programmation des animations très diverses :</p> <p>Culturelles</p> <ul style="list-style-type: none"> - les Nuits de la Citadelle - les animations d'été, etc. <p>Commerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> - les Terroirs Gourmands - le marché de Noël, etc. <p>⇒ Avoir une politique clairement définie</p> <p>⇒ Se doter d'un budget à la hauteur des ambitions</p> <p>⇒ Programmer en amont (un an avant) pour pouvoir promouvoir des produits touristiques sur le marché concurrentiel du tourisme</p>	<p>Des efforts ont été réalisés pour coordonner les différentes animations dans les délais de programmation mais cela reste insuffisant et l'on doit encore progresser.</p> <p><u>2007-2008</u></p> <p>De nouvelles animations ont été créées : «les promenades théâtralisées» en nocturne et en saison estivale en partenariat avec restaurateurs et hôteliers</p> <p><u>Budget</u> : 50 000 €/an y compris la communication.</p> <p><u>2009</u></p> <p>Les «F'estivales» se substituent aux Animations d'été.</p> <p><u>Budget</u> : 100 000 €</p> <p>Au niveau commercial : Développement du partenariat Ville/Office de Commerce.</p> <p>A partir de 2007, les Terroirs Gourmands deviennent les Instants Gourmands et le Marché de Noël monte en puissance avec une communication renforcée Ville, Office de Commerce et Office de Tourisme.</p> <p>Instants Gourmands : 40 000 € (manifestation : 30 000 € et communication : 10 000 €)</p> <p>Marché de Noël : 200 000 € (manifestation : 175 000 € et communication : 25 000 €)</p> <p>2 manifestations autofinancées et gérées par l'Office de Commerce.</p> <p><i>(cf. fiche du nouveau schéma)</i></p>

5. AMELIORER ET DIVERSIFIER LES HEBERGEMENTS

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>5.1 - Inciter et aider à la rénovation de l'hôtellerie indépendante du centre historique</p> <p>⇒ Mieux répondre aux attentes des clientèles actuelles en matière de qualité de prestations hôtelières</p> <p>⇒ Augmenter la capacité d'accueil pour des catégories de clientèles susceptibles d'être intéressées par notre offre (découverte culturelle et patrimoniale)</p> <p>⇒ Mieux répondre à la demande de clientèle en terme de proximité hébergement, lieux de visites.</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>- Accroître le niveau de confort des hôtels urbains.</p> <p>- Aide à la création de nouveaux établissements ou à la reprise et à la rénovation d'anciens</p> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>- Faire savoir l'existence des dispositifs adoptés par le Département et l'Etat.</p> <p>- Apporter une assistance technique dont le rôle serait d'aider les prestataires à élaborer et dimensionner leur projet puis à monter leur dossier</p>	<p>- Assistance de plusieurs investisseurs dans le montage de leur dossier (avec Direction Urbanisme et Département)</p> <p>Création ou agrandissement de :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hôtel Florel (agrandissement : + 26 chambres en 2* - 2009) - Hôtel Ibis City (119 chambres en 2*) - Citéa (114 chambres en 2*) - Hôtel de Paris (55 chambres en 3* - 2010) - All suite Homes (61 chambres en 3* - 2010) - Bathôtel : 4 chambres - Péniche Nadia : 3 gîtes. <p>La recherche d'investisseurs doit continuer pour augmenter la capacité hôtelière et la qualité des prestations des hôtels.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>5.2 - Aider à la rénovation du CIS (Centre International de Séjour)</p> <p>⇒ Permettre de monter des produits spécifiques autour des principaux éléments d'attractivité.</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>La création du pôle sportif des Montboucons doit être considérée comme une opportunité permettant de s'engager dans une rénovation du CIS.</p> <p>- Prévoir travaux de sécurité, d'accessibilité, de restructuration.</p>	<p>De juillet 2005 à mars 2007 ont été réalisées des études de conception en vue de rénover les bâtiments A, B, C et D du CIS (surface totale des locaux : 2 900 m²).</p> <p>Le programme des travaux démarrant en <u>juillet 2007</u> pour se terminer en <u>mai 2008</u> comprenait :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la restructuration de 34 chambres du bâtiment C et de 2 salles de réunion, - la rénovation des 21 chambres du bâtiment B, - la rénovation partielle du bâtiment A (restauration et salles de cours), - la réfection des façades, - la réfection des toitures de type terrasses, - la mise en conformité de la sécurité incendie, - la mise en conformité de l'accessibilité des personnes handicapées (sauf les salles de réunions dans le bâtiment A : dérogation Permis de Construire), - la création d'un local poubelles, - l'aménagement du parking et des abords. <p>Y compris prise en charge de l'achat du mobilier, de la literie, les tissus d'ameublement des chambres, des poignées des chambres (gestion des accès), des accessoires de salle de bains, des téléviseurs et des bornes WIFI (chambres et cafétéria).</p> <p>Ainsi l'établissement rénové se voit doter de 55 chambres et 101 lits (51 en gamme « standard » et 4 en gamme « confort » réparties comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bâtiment C : 34 chambres soit 61 lits (12 avec sanitaires collectifs et 22 avec sanitaires individuels permettant une tarification différente) - Bâtiment B : 21 chambres soit 40 lits (sanitaires individuels). <p>Coût de l'opération : 2 826 000 € TDC (Délibération du 25 septembre 2008).</p> <p>Une 2ème tranche de travaux pour 500 000 € (PPI) est prévu en 2011.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>5.3 - Inciter et aider à la création de chambres d'hôtes et gîtes</p> <p>⇒ Diversifier les modes d'hébergement</p> <p>⇒ Mieux répondre à la demande de certains segments de la clientèle.</p>	<p>- Créer des chambres d'hôtes et des gîtes dans les communes rurales de l'agglomération</p> <p>- Apporter une assistance technique.</p>	<p>Assistance de plusieurs particuliers dans le montage de leur dossier.</p> <p>Ouverture de :</p> <p><u>Meublés de tourisme</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 rue de Pontarlier (6 personnes - 3 étoiles) (2002) - 132 C rue Tristan Bernard (4 personnes - 2 étoiles) (2002) - 50 rue de Vesoul (2 personnes - 1 étoile) (2002) - 6 rue Abbé Sieyes, Résidence Espace (3 personnes - 2 étoiles) (2006) - Meublé Clé vacances à l'Annexe du 8 (2009) <p><u>Chambres d'hôtes</u> :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 chambres d'hôtes (8 personnes) à la Maison de Verre (2008). - 2 chambres d'hôtes (5 personnes) au Jardin de Velotte (2009). <p><u>Budget</u> : Temps de la mission Tourisme consacré aux entretiens et réunions avec le Conseil Général et la Préfecture.</p>
<p>5.4 - Créer plusieurs aires pour camping cars</p> <p>⇒ Diversifier les modes d'hébergement</p> <p>⇒ Capter une clientèle au pouvoir d'achat conséquent</p>	<p>- Pour Besançon, la localisation la plus porteuse en terme d'image et en terme d'accessibilité aux principaux éléments de l'offre semble conduire à rechercher en priorité un emplacement sur les rives du Doubs à proximité de la Boucle.</p>	<p>La CAGB a élaboré son schéma d'hébergement de plein air pour camping-cars et camping de séjour et prévoit la réalisation de 6 aires pour camping-cars : 1 Besançon, 1 à Deluz, 1 à Nancray, 1 à Osselle, 1 à Novillars, 1 à Montfaucon pour un <u>budget général de 350 000 €.</u></p> <p><u>Pour Besançon</u> : création d'une aire de service au Camping Municipal de Besançon-Chalezeule.</p> <p>En 2008 et 2009 ont été créées 10 places de parking à Chamars sans aire de service.</p> <p>La Municipalité du 13 juillet 2009 a décidé de créer, au printemps 2010, une aire de service avec un parking de 12 places sur l'emplacement du parking Veil Picard pour un coût d'environ 100 000 €.</p> <p>La Ville peut espérer une participation financière de la CAGB d'environ 50 000 €.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>5.5 - Réfléchir à une implantation pour un camping situé dans un cadre naturel de qualité</p> <p>⇒ Diversifier les modes d'hébergement afin d'accueillir de nouveaux segments de clientèle</p> <p>⇒ Accroître la capacité d'hébergements touristiques</p> <p>Pilote : Ville et CAGB</p>	<p>1) Répondre à l'évolution du marché de l'hôtellerie de plein air en proposant un camping de séjour doté des caractéristiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • une situation dans un cadre naturel de qualité • une accessibilité aisée • pas de nuisances sonores • un espace permettant de 120 à 150 emplacements de 100 m² chacun • la proximité d'équipement de loisirs • des services et des équipements de confort. <p>2) Améliorer les prestations du camping municipal de Chalezeule accueillant une clientèle de passage.</p>	<p>1) Plusieurs études ont été initiées par la CAGB pour la création d'un camping de séjour d'agglomération haut de gamme. La décision est de rechercher et d'accompagner un investisseur privé.</p> <p>2) La Ville entretient régulièrement le camping de Chalezeule depuis les travaux de restructuration de 1998-1999 :</p> <ul style="list-style-type: none"> • réfection complète de la voirie, partie supérieure • programme d'abattage des grands arbres et replantations programmées. • programme annuel d'élagage des arbres (5 000 €/an) • diverses interventions sur réseaux d'égouts, réseau pluvial et bloc sanitaire, sur réseau d'eau potable • rehaussement d'une clôture entre piscine et camping • pose de deux mobile-home (financé par la FFCC). <p>Le camping de passage de Chalezeule qui assume bien sa fonction à proximité de Besançon doit continuer de faire l'objet d'une attention particulière. Des travaux de réaménagement s'imposent en 2010-2011-2012, nécessitant un budget de l'ordre de 600 000 €, comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> • rénovation de la toiture du snack, • aménagement de l'aire d'accueil pour 4 mobile-home • élargissement de l'entrée • réfection des réseaux d'électricité • curage partiel réseau d'assainissement <p>(cf. <i>fiche nouveau schéma</i>)</p>

6. ORGANISER ET PROFESSIONNALISER

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>6.1 - Renforcer le service Tourisme de la Ville</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Tout développement économique nécessite d'être coordonné, animé, suivi. Pour cela, il est indispensable de doter de moyens la mission tourisme, avec sa mission de développeur, à savoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> . des moyens financiers . des moyens humains : un cadre A, un cadre B, un cadre C. 	<p>Le personnel oeuvrant au développement du schéma de développement touristique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le responsable de la mission cadre A (70 %) - un cadre A : en charge du camping et de certaines enquêtes (10 %) - un cadre C (60 %). <p><u>Budget</u> : 68 554 €/an</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un cadre B serait nécessaire pour animer les réseaux (Bienvenue à Besançon...).
<p>6.2 - Créer une instance permanente de proposition et de suivi</p> <p>⇒ Faciliter le pilotage et l'adaptation permanente du schéma</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Comité de pilotage composé d'élus, de techniciens et prestataires :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ assurer un suivi actif de l'avancée de la mise en oeuvre du schéma. ⇒ émettre des avis ou préconisations sur tout projet une ou deux fois par an. 	<p>Réunion du comité composé des techniciens en fonction des thématiques et de l'actualité du schéma.</p> <p><u>Budget</u> :</p> <p>Temps consacré aux réunions.</p>
<p>6.3 - Réaliser un audit organisationnel de l'Office de Tourisme</p> <p>⇒ Définir les moyens humains et financiers permettant à l'OT d'assurer pleinement ses missions</p> <p>Pilote : Ville</p>	<p>Réalisation d'un audit des ressources humaines visant à s'assurer de l'adéquation entre compétences, implication et fonctions à assumer, et comprenant un volet d'analyse financière sur les moyens dont l'OTC dispose pour mener à bien ses missions et la pertinence de la répartition de ceux-ci entre fonctionnement et mise en marché.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Un audit a été réalisé par le service Contrôle de Gestion et la Mission Tourisme de la Ville en s'appuyant sur des éléments de comparaison (notamment en ce qui concerne les moyens) avec des offices de tourisme de villes comparables. - L'audit a été réalisé en 2000 et 2001 avant la validation du schéma et a abouti au développement des moyens de l'OTC. • L'OTC employait alors 9 personnes (TP) + 3 personnes (50 %) : 1 directeur, 1 secrétaire de direction, 1 agent comptable, 6 agents d'accueil, 1 responsable de la promotion + 1 assistant de gestion (pour Besançon congrès), 1 responsable de la centrale de réservation (+ 6 guides conférenciers payés à la vacation). • L'OTC en 2009 emploie 15 ETP De nouvelles missions ont été créées : un webmanager, un responsable réceptif et promotion, un chargé de développement touristique et culturel, un documentaliste. • Le budget de l'OTC est passé de 722 987 € en 2001, dont 568 664 € de subvention d'exploitation (401 120 € subvention Ville) à 1 061 414 € en 2008 dont 742 267 € de subvention d'exploitation (624 949 € de subvention Ville).

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>6.4 - Former les acteurs du Tourisme</p> <p>⇒ Professionaliser les acteurs en leur apportant les outils comportementaux leur permettant de mieux répondre aux attentes des clients.</p> <p>Pilote : CCI</p>	<p>- Proposer un plan de formation et des stages sur les thématiques suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> . formations comportementales : relations interpersonnelles, communication, animation de l'équipe de travail, accueil. . formations plus techniques : qualité, politique produit, politique tarifaire, management pour la satisfaction du client. . formation aux langues étrangères. 	<p>Des formations ont été proposées aux membres du réseau «Bienvenue à Besançon» par la CCI en 2006, 2007, 2008, 2009 :</p> <p>Langues</p> <ul style="list-style-type: none"> - Parler Allemand - Parler Anglais - L'Anglais du tourisme : perfectionnement - L'Allemand du tourisme : perfectionnement - Le Néerlandais du tourisme : initiation - Le Chinois du tourisme : Initiation - Fonction Accueil <p>Marketing et communication :</p> <ul style="list-style-type: none"> - savoir gérer les relations clients à distance - connaître les techniques de vente (orienter, conseiller et vendre) - trouver de nouveaux clients - gérer un projet entre acteurs du tourisme - élaborer des supports de communication efficaces - communiquer avec la presse - comment utiliser internet pour communiquer sur ses produits ? - réaliser son étude de marché - se démarquer de la concurrence - bien louer son hébergement (meublé ou chambre d'hôte) - élaborer sa stratégie commerciale et de communication - appliquer les techniques du «e-marketing» <p>Manager son équipe Internet et multimédia</p> <ul style="list-style-type: none"> - Développer sa communication à l'aide d'Internet. <p>La mise en place de ces formations par la Ville et la CCI a été un élément déclencheur car le Conseil Régional a programmé dès 2007 des formations pour les acteurs touristiques en partenariat avec IMEA, GRETA, etc.</p> <p><u>Budget</u> : ces formations sont prises en charge par les fonds de formation pour les entreprises du secteur privé (FORCO, FAFIH, FAFPL, GFPE, AFDAC, OPCAD...)</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>6.5 - Mettre en oeuvre une démarche de qualité</p> <p>⇒ Améliorer la performance touristique globale de Besançon</p> <p>⇒ Fidéliser les clients et en attirer de nouveaux</p> <p>⇒ Générer des communications internes et externes efficaces</p> <p>C'est à la fois un outil de notoriété et d'efficacité</p> <p>Pilote : Ville - partenariat CCI</p>	<p>- La démarche devra être élaborée selon une approche très participative et tenir compte d'un certain nombre de principes guides simples :</p> <ul style="list-style-type: none"> . la qualité ne se décrète pas, il faut qu'elle soit voulue par tous : élus, techniciens et prestataires. . la démarche dans un premier temps doit concerner les organismes structurants et les volontaires sans chercher à « enrôler ». <p>Les résultats positifs auront en effet d'entraînement auprès des autres acteurs.</p> <p>L'action doit donc se situer dans la durée.</p> <p>Elle doit être encadrée par un organisme extérieur.</p>	<p>Pour mettre en oeuvre les deux actions, la Ville a désigné en 2003 la CCI comme partenaire et organisme extérieur ayant la connaissance des démarches qualité. C'est ainsi que la Ville et la CCI ont proposé d'élaborer une charte de qualité avant de proposer des formations aux professionnels du tourisme.</p> <p><u>Methodologie</u> : 800 professionnels ont été consultés pour constituer un groupe de travail représentatif des 5 filières touristiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> . hébergement, restauration . transport . sites (dont Citadelle) . commerce . services Ville et Office de Tourisme et des Congrès (OTC) . services Ville et Office de Tourisme et des Congrès (OTC) <p>o Le groupe a fait émerger deux priorités :</p> <ul style="list-style-type: none"> . se retrouver autour d'engagements communs en matière de qualité d'accueil énoncés dans des chartes de qualité par filières (5) . améliorer la synergie entre les acteurs en créant un réseau identifié par un nom, un slogan, un logo « bienvenue à Besançon ». <p>o Les chartes aux critères incontournables concernent :</p> <ul style="list-style-type: none"> . l'accueil et l'information du visiteur . la qualité des produits et des services . l'évaluation de la satisfaction <p>o Depuis 2006, 40 entreprises de service ont été auditées et ont rejoint le réseau « Bienvenue à Besançon »</p> <p>- Le réseau « Bienvenue à Besançon » se réunit régulièrement à l'initiative de la Mission Tourisme de la Ville pour aborder :</p> <ul style="list-style-type: none"> . la mise en place d'enquêtes de satisfaction . le point sur les formations . la communication du réseau (plaquette de présentation, affiches Decaux et affichettes « Bienvenue à Besançon » chaque été faisant la promotion des entreprises membres du réseau) <p>Budget audit :</p> <p>50 000 € versés par la Ville à la CCI pour réaliser les audits de qualité (sur 2001-2002-2003)</p> <p>Communication : 8 000 € environ chaque année (Direction Communication et DDL).</p> <p>Temps consacré aux réunions et à la gestion du réseau (Mission Tourisme).</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>6.6 - Communiquer en interne sur l'activité touristique</p> <p>⇒ Développer la «culture» touristique auprès de deux cibles : les habitants et professionnels du tourisme</p> <p>⇒ Informers, mieux faire savoir les réussites et solutions individuelles.</p> <p>⇒ Communiquer les données de l'observation des clientèles</p> <p>Pilotes : Ville et OTC</p>	<p>- Ouvrir une table ronde d'échanges constructifs (outils de mobilisation pour la future démarche qualité)</p> <p>- Assurer une présence régulière du tourisme dans le Journal d'information de la Ville</p> <p>- Concevoir et diffuser une lettre du tourisme destinée à tous les acteurs touristiques</p>	<p>Une table ronde d'échanges d'information a été mise en oeuvre par la Ville et la CCI dans le cadre du réseau «BIENVENUE à BESANÇON» avec les professionnels engagés dans la démarche qualité (les professionnels font part de leur expérience, de leurs difficultés, ils informent sur la satisfaction des touristes ; quant à la Ville, elle tient les professionnels informés de l'engagement de ses actions de développement touristique).</p> <p>L'engagement des professionnels dans la démarche qualité est valorisé dans le BVV et par voie d'affichage (Decaux) chaque été.</p> <p>L'OTC a lancé «<u>La lettre du tourisme</u>» en octobre 2002, adressée à tous les professionnels du tourisme de Besançon (Hôtels, restaurants, gestionnaires de site...).</p> <p>Pour des raisons économiques (coût d'impression, mailing...), elle a été remplacée, en mai 2007, par la «<u>newsletter</u>» qui s'adresse aux 3 000 abonnés de l'OTC (32 ont été diffusées de mai 2007 à décembre 2009).</p> <p><u>Budget</u> :</p> <p>- réunion de travail (mission Tourisme)</p> <p>- newsletter élaborée par le webmaster de l'OTC.</p>
<p>6.7. Organiser des journées du tourisme</p> <p>⇒ Développer la culture touristique</p> <p>⇒ Améliorer le dialogue entre prestataires et institutionnels</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>Organiser une journée de bilan prospective l'automne pour rappeler la stratégie marketing et présenter les actions envisagées pour la saison future.</p>	<p>- L'OTC a organisé des journées de rencontre entre les professionnels du tourisme d'affaires et de congrès et les organisateurs de congrès dans le cadre de Besançon Congrès et des visites des structures d'accueil.</p> <p>- Dans le cadre de la démarche « Bienvenue à Besançon », une réunion-bilan est organisée à l'automne par la mission Tourisme de la Ville. Par ailleurs, des éductours sont proposés par l'OTC aux membres du réseau (visites de sites ou d'exposition).</p> <p>Budget : temps consacré aux réunions et visites.</p>
<p>6.8. Réaliser et diffuser aux élus et professionnels un guide du «Qui fait quoi ?»</p> <p>⇒ Permettre à chacun de bien identifier les partenaires, de situer leurs missions</p> <p>⇒ Faciliter les prises de contacts</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>Concevoir, éditer et diffuser largement un classeur comprenant les coordonnées et profils de tous les intervenants dans le domaine du tourisme à Besançon.</p> <p>(version papier ou version informatique)</p>	<p>L'OTC édite et remet à jour son guide d'accueil (version papier) de 2002 à 2008.</p> <p>Le site Internet de l'OTC dispose d'un espace professionnel qui permet de télécharger les coordonnées des professionnels de l'OTC et des acteurs privés.</p> <p>(mais reste à développer)</p> <p>Budget de fonctionnement O.T.C.</p>

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>6.9. Mettre en place une observation locale de l'activité touristique</p> <p>⇒ Connaître la fréquentation, les caractéristiques et comportements des touristes à Besançon</p> <p>⇒ Déterminer les points d'insatisfaction</p> <p>⇒ Evaluer l'impact des actions commerciales</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>Mettre en place :</p> <ul style="list-style-type: none"> • des indicateurs quantitatifs (fréquentation et origine des clientèles). • des outils d'observation qualitative 	<p>L'OTC a mis en place des indicateurs quantitatifs concernant :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la fréquentation de ses visiteurs - le nombre de congressistes - le nombre de visiteurs (visites guidées Ville d'Art et d'Histoire) - le nombre de nuitées hôtels <p>des indicateurs qualitatifs concernant ses propres visiteurs en organisant des enquêtes de satisfaction.</p> <p>Dans le cadre d'une carence de l'observation sur l'ensemble du territoire de Besançon, la mission Tourisme de la Ville a mis en place des indicateurs quantitatifs concernant les autres sites touristiques (Citadelle, Musées, camping, écluse, petit train, horloge astronomique...) et ont été organisées des enquêtes de satisfactions auprès des clientèles des membres du réseau Bienvenue à Besançon et des enquêtes à l'occasion d'événementiels : EquiVauban, promenades théâtralisées, Marché de Noël, Instants Gourmands, etc.</p> <p>Cet observatoire demande à être développé, professionnalisé et centralisé auprès d'une même structure, l'OTC, dont l'une des compétences est l'observation.</p>
<p>6.10. Optimiser les services de visites guidées</p> <p>Accroître et faciliter la découverte de la Ville et de ses patrimoines par les visiteurs.</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>L'OTC doit se donner les moyens de disposer d'un service de guidage adapté tout à la fois à l'importance du patrimoine et à la demande actuelle.</p>	<p><u>En 1999</u>, l'OTC emploie 4 guides conférenciers et 3 stagiaires pour 424 prestations et <u>10 700 visiteurs</u> (visite ville et Citadelle)</p> <p><u>En 2000</u> : 3 guides</p> <p><u>En 2002</u> : l'équipe se renforce et dispose de 5 guides conférenciers</p> <p><u>En 2008</u> : L'OTC emploie <u>7 guides conférenciers</u> et <u>2 personnes spécialisées</u>, l'une dans le domaine des fortifications et de l'architecture militaire et la seconde dans le domaine des livres et des expositions dans les bibliothèques qui réalisent 757 prestations et accueillent <u>10 427 visiteurs</u> (groupes et individuels).</p> <p>Le nombre de visiteurs reste le même en dépit du nombre plus important de guides et de prestations.</p> <p>Ce constat s'explique sans doute par le fait que la Citadelle organise ses propres visites et qu'il faut donc ajouter ses visiteurs à ceux des visites guidées Ville d'Art et d'Histoire qui ont concerné 4 340 visiteurs.</p>

7. COMMUNIQUER, PROMOUVOIR ET COMMERCIALISER

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>7.1 - Créer un comité de coordination de la promotion</p> <p>⇒ Mettre en cohérence les diverses actions de promotion.</p> <p>⇒ Tirer meilleur parti des complémentarités.</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>La promotion touristique de Besançon relève à divers titres d'une multitude d'acteurs :</p> <p>L'OTC, la Citadelle, les agences réceptives, les bateaux mouches, le CDT*, le CRT*, le Palais des Congrès, l'Office de Commerce...</p> <p>Il est nécessaire d'institutionnaliser les partenariats dans le cadre d'un comité ou d'une commission de coordination de la promotion.</p>	<p>Une commission marketing a été mise en place en 2002 qui s'est réunie deux fois par an jusqu'en 2007.</p> <p>En janvier 2010, le nouveau directeur de l'OTC met en place une commission Marketing et une commission Tourisme d'Affaires.</p>
<p>7.2 - Mieux informer les visiteurs par la création d'un guide d'accueil</p> <p>⇒ Dispose d'un inventaire de toutes les ressources touristiques du territoire</p> <p>⇒ Disposer d'informations fiables remises à jour annuellement</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>Un outil facilitateur d'aide à la découverte et à la consommation de Besançon</p>	<p>Ont été créés par l'OTC en 2009 :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Le document d'appel «Besançon, l'irrésistible» en Français/Allemand et Néerlandais/Anglais - Le document d'accueil : guide pratique «Visiter, découvrir, séjourner» - Le document «Visites guidées» (3 programmes : janvier à mai, juin à septembre et octobre à décembre). - Le document «Groupe 2009» - Nouveau site Internet (décembre 2009).

ACTIONS	CONTENU	REALISE
<p>7.3 - Mieux informer les visiteurs par la mise en place de présentoirs de l'offre touristique</p> <p>⇒ Permettre aux acteurs du tourisme de disposer d'un outil d'information constituant l'inventaire de toutes les ressources touristiques du territoire et de l'ensemble des renseignements pratiques utiles pour les touristes.</p> <p>⇒ Permettre aux clients de consulter librement les informations, de composer à la carte leur menu de découvertes, visites...</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>Mettre en place un dispositif simple de présentation des ressources touristiques dans les lieux fréquentés par les touristes : Office de Tourisme, mairies du Grand Besançon, sites, hôtels, restaurants.</p> <p>Basé sur le principe de fiches descriptives des diverses sites, rassemblées dans un classeur intégré à un pupitre</p>	<p>- Aucune réalisation de 2002 à 2008 par l'OTC</p> <p>Mais le réseau «Bienvenue à Besançon» et les hôtels font régulièrement la promotion de l'offre touristique de Besançon.</p> <p>- En 2009, l'OTC a démultiplié ses points d'accueil (Micaud, Hôtel de Ville, Corps de Garde)</p>
<p>7.4 - Constituer un pass inter-sites :</p> <p>⇒ Faciliter la découverte des sites par les clientèles individuelles.</p> <p>⇒ Diffuser les clients sur un plus grand nombre de sites.</p> <p>⇒ Accroître la consommation globale</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>Mise en place d'un système d'incitation financière (réductions ou avantages accordées).</p> <p>Prévoir une offre suffisante au moins 15 à 20 sites ou type d'activités.</p> <p>Exemples :</p> <ul style="list-style-type: none"> . le chèque d'Amiens (forme simple et peu coûteuse) . le pass d'Avignon (encore plus simple et très efficace) 	<p>Réalisation en 2009 d'un pass inter-site «Visi- Pass» de 8,20 € (tarif adulte) et de 4,10 € (tarif enfant) donnant accès à la Citadelle et aux deux Musées du Centre (Musée des Beaux-Arts et d'Archéologie et Musée du Temps).</p> <p>Il se présente sous la forme d'une pochette contenant des billets : 1 billet pour chaque site et un quatrième servant à faire valoir des réductions sur les sites privés partenaires et adhérents de l'OTC. Le pass est valable pour l'année en cours. Les lieux de vente sont au point d'accueil de l'OTC, de la Citadelle et des deux musées du Centre et sur le site Internet. Entre juin et septembre : 33 812 visi-pass vendus.</p> <p>Le pass inter-site doit être amélioré et doit proposer un plus grand choix de prestations touristiques.</p>
<p>7.5 - Construire et vendre des produits selon une démarche marketing</p> <p>Pilote : OTC</p>	<p>La commercialisation est dans la chaîne des fonctions touristiques depuis la Loi de 1992 (montage de produits et vente)</p>	<p>Un chargé de commercialisation a été recruté à l'OTC en 2003.</p> <p>Démarchage des autocaristes par mailing, salon, etc.</p> <p>L'OTC devrait présenter un plan marketing en 2010 réactualisé chaque année.</p>

Conclusion

La réactualisation du schéma de 2002 s'impose à la fois après 7 années de mise en oeuvre et aussi après le fait nouveau pour le tourisme à Besançon que constitue l'inscription des «Fortifications de Vauban» sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Elle s'effectue aussi dans le cadre de l'évolution de la gouvernance de notre territoire qui associe de plus en plus, ce qui n'était pas le cas en 2002, la Ville et la Communauté d'Agglomération. Cela fait donc trois bonnes raisons de réactualiser ce schéma qui a joué pleinement son rôle dans la mesure où l'évaluation que l'on peut objectivement en faire est très positive puisque la très grande majorité des actions qui y étaient planifiées ont été réalisées et l'objectif d'augmenter la fréquentation touristique atteint.

En effet, avec les nuitées hôtels qui passent de 373 172 en 2001 à 442 780 en 2008 (sources INSEE), la fréquentation touristique augmente de 15,7 %.

Quant au chiffre d'affaires touristique global, il enregistre une hausse de 24 % en passant de 50 millions en 1999 à 62 millions d'euros en 2008 (à ratio constant et sans tenir compte de l'inflation : sources INSEE et cabinet DGCA).

Du bilan des 40 actions, il ressort que les actions les plus significatives ont porté sur :

- la mise en lumière de la Citadelle et du patrimoine historique du centre-ville,
- le développement du plateau piétonnier,
- l'aménagement des berges et du port fluvial,
- la mise en oeuvre du parking à Chamars dédié aux touristes et aux visiteurs en lien avec la création d'une navette liant le centre-ville et la Citadelle,
- la création d'outils d'aide à la découverte patrimoniale de la Ville,
- la création d'annexes de l'Office de Tourisme et des Congrès en centre-ville,
- la rénovation du Centre International de Séjour,
- la mise en oeuvre de la démarche qualité «Bienvenue à Besançon»...

6 actions du schéma sont reprises dans le nouveau schéma pour être poursuivies comme :

- l'amélioration de la signalétique,
 - . le fléchage «centre-ville historique» sur les grands axes,
 - . le jalonnement touristique piétonnier,
- l'amélioration des campings existants,
- la création d'aires pour camping-cars,
- le développement de l'hôtellerie de charme et de chambres d'hôtes,
- l'amélioration de l'accès à la Citadelle,
- le développement de l'offre culturelle à vocation touristique.

D'autres actions continuent sans figurer dans le nouveau schéma, comme la propreté des espaces publics, la démarche de qualité auprès des professionnels du tourisme «Bienvenue à Besançon»...

Par ailleurs, les 40 actions ne constituaient pas une limite, au contraire elles ont engendré une dynamique entraînant la Ville dans des actions non programmées.

Pendant l'application du schéma, elle n'a pas hésité à se saisir des opportunités ou à prendre des initiatives non prévues dans le schéma, par exemple :

- la célébration du tricentenaire de la mort de Vauban en 2007 avec l'organisation de l'événement Equivauban,
- la réalisation du Cartoville Gallimard en 2008, présent dans les librairies du pays de langue francophone (France, Belgique, Suisse),
- la production en 2009, d'une vidéo touristique de Besançon qui sera diffusée sur tous les longs courriers d'Air France en janvier, février, mars 2010,
- et le succès de l'instruction du dossier de demande d'inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO.

En conclusion, ce bilan met fin à ce cadre de travail et ouvre le chantier pour la mise en oeuvre d'un 2ème schéma s'appuyant fortement sur l'inscription de Besançon au patrimoine mondial de l'UNESCO et impliquant très fortement la Ville dans sa position de capitale régionale et dans le territoire qui l'environne (Ornans, Arbois, Arc-et-Senans, Neuchâtel).

Les conclusions de ce bilan nous amènent aussi à concevoir un schéma partagé avec la Communauté d'Agglomération comme il a été dit plus haut et concerté avec les acteurs professionnels et les deux autres collectivités territoriales (Conseil Régional et Conseil Général).

ANNEXE 2

LE POIDS ECONOMIQUE DU TOURISME

- 1 - Le poids du tourisme mondial
- 2 - Le poids du tourisme en France
 - * Eclairage particulier sur le Tourisme d'Affaires
- 3 - Le poids du tourisme en Franche-Comté
- 4 - Le poids économique du tourisme à Besançon
 - a - Hébergements
 - b - Sites visités
 - c - Clientèle d'affaires
 - d - Les projets.

1 - Le poids du tourisme dans le monde

Le tourisme ne repose pas que sur les richesses naturelles et culturelles des territoires. L'accueil, l'hébergement, les équipements de loisirs, les services associés... etc. mais aussi et surtout l'organisation de l'offre, les accès et les transports en général sont autant de critères clés de décision.

Par ailleurs, de nouvelles destinations fleurissent chaque année. En 1950, 15 pays comptabilisaient la totalité des 25 millions de touristes internationaux alors qu'en 1999, déjà, 70 pays et territoires ont reçu plus d'1 million de visiteurs chacun !

a - Evolution des arrivées mondiales (arrivées en millions)

Source : OMT (Organisation Mondiale du Tourisme)

1960	2005	2020
70	808	1 560

b - Evolution des recettes mondiales (recettes en milliards de dollars)

1960	2005	2020
16	681	2 000

c - Arrivées des touristes internationaux entre 1990 et 2020 (personnes en millions)

Europe	Afrique	Asie Est/ Pacifique	Asie Sud	Amériques	Moyen-Orient
720 000	80 000	400 000	10 000	280 000	70 000

d - Classement des 5 premiers pays récepteurs, selon les arrivées de touristes internationaux (en millions)

	1990	2000	2007
France	52 497	77 190	79 083
Espagne	34 085	47 898	58 451
Etats-Unis	39 363	51 238	51 063
Chine	10 484	31 229	49 600
Italie	26 679	41 181	41 058

e - Classement des 5 premiers pays récepteurs, selon les recettes du Tourisme International (Milliard \$ US)

	1990	2000	2007	%
Etats-Unis	43 007	82 400	85 694	11,7
Espagne	18 484	29 968	51 115	7
France	20 185	30 757	46 342	6,3
Italie	16 458	27 493	38 129	5,2
Chine	2 218	16 231	33 949	4,6

2 - Le poids du tourisme en France

Le tourisme comparé à d'autres secteurs de l'économie française dans les échanges à l'étranger (Milliard d'€).

Source INSEE / Comptes de la Nation, année 2005

	Exportations	Importations	Solde
Industrie agro-alimentaire	30,6	24,3	6,3
Energie	17,4	54,8	- 3,4
Automobile	52,2	43,7	8,5
Tourisme	34	25,1	8,9

Une puissance économique et sociale indispensable pour la France

Dans l'économie nationale, le poids du tourisme est considérable, totalisant 97,1 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel (consommation touristique intérieure), soit près de 7 % du PIB national.

Le tourisme occupe le 1^{er} rang de la balance extérieure française devant l'automobile et l'agroalimentaire.

L'industrie touristique emploie plus d'un million d'emplois directs, soit 4 % du nombre total des emplois. Les emplois saisonniers avoisinent les 400 000 chaque année. Au total, ce sont plus de 3 millions d'emplois directs et indirects, soit 12 % du total, que représente l'économie touristique en France.

L'organisation territoriale du tourisme en France repose sur 3 niveaux de compétence administrative, région, département et commune / intercommunalité, contrairement aux modèles européens à structure fédérale.

* Eclairage particulier sur le Tourisme d'Affaires

Le marché du voyage d'affaires en France génère plus de 30 milliards d'euros (dont 23 milliards de transactions commerciales).

Les voyages d'affaires représentent **10 % du total des visiteurs internationaux** accueillis en France mais **génèrent 35 % des dépenses sur le territoire**.

Le secteur génère environ 300 000 emplois.

La France a accueilli 762 congrès et 5 193 manifestations (dont 954 foires et salons), soit 5 955 au total.

3,9 millions de personnes ont participé à des congrès, réunions et autres événements en France.

Equipement :

La France figure au 1^{er} rang européen en termes d'équipement.

120 centres de congrès dont 95 palais des congrès, pour 147 000 places.

2 000 structures d'accueil peuvent accueillir au moins 200 personnes et **15 palais de congrès disposent de plus de 4 000 places**.

3 - Le poids du tourisme en Franche-Comté

a - Les dépenses moyennes par jour et par personne en Franche-Comté

Dépense moyenne / jour et / pers.	Dépense moy. / jour / pers. en zone urbaine (Ex de Besançon)
43,80 €	59,60 €

b - Les dépenses moyennes par jour et par personne selon la catégorie d'hébergement

Hôtel	81,10 €
Location	52,50 €
Camping	40,00 €
Gîte	35,90 €
Non marchand	35,60 €

c - Les flux de fréquentation

L'évaluation des flux a permis de constater les éléments suivants :

Nuitées en ville : 16 % de parts de marché

Nuitées à la montagne : 40 %

Nuitées à la campagne : 33 %

La répartition des flux selon la saison est de 70 % durant l'été et de 30 % pour l'hiver.

4 - Le poids du tourisme à Besançon

a - Hébergements

a -1- Capacité d'accueil

La capacité d'établissement hôtelier pour l'année 2009, toutes catégories confondues est de 1 443 chambres, répartie de la manière suivante :

3*** : 233 chambres

2** : 698 chambres

0-1* : 512 chambres

Résidence hôtelière Citéa : 114 chambres

Chambre d'hôtes 7 chambres

Gîte : 3 chambres.

a -2 - Fréquentation

La répartition des nuitées dans les hôtels de Besançon par catégorie

	Arrivées	Nuitées
3***	42 040	57 350
2**	155 860	229 870
0 - 1*	96 360	137 930
TOTAL	294 260	425 150

La durée moyenne du séjour est de 1,4 jour.

b - Sites visités

En 2008, on peut observer que sur les 5 sites majeurs les plus visités en Franche-Comté, **3 sont à Besançon.**

- 1 - La Citadelle et ses musées totalisant une fréquentation de 317 966 visiteurs
- 2 - Le Musée des Beaux-Arts et d'Archéologie : 65 260 visiteurs
- 3 - Le Musée du Temps : 57 437 visiteurs.

c - Clientèle d'affaires

En 2009, Besançon a accueilli 7 925 congressistes et Besançon Congrès a traité plus de 120 demandes de séminaires.

L'impact économique indirect est de 1 825 920 € (dépenses des congressistes sur place en restauration, hébergement, shopping, transport ...) (sources Besançon Congrès).

En portefeuille pour l'année 2010 :

Une vingtaine de congrès, dont 1 de plus de 1 200 personnes.

Par ailleurs, le Salon Micronora devrait accueillir autant de personnes qu'en 2008 (soit 15 000 visiteurs et 950 exposants).

d - Les projets en matière d'hébergement

L'Hôtel de Paris : 55 chambres***

Couvent des Clarisses : 30 chambres ***

L'Hôtel Florel : 40 chambres **

Hôtel Jean-Pierre Papin : 50 chambres **

Hôtel La Fayette : 60 chambres***

Soit 235 chambres pour une ouverture prévue en 2010.

ANNEXE 3

DESTINATION BESANÇON

Schéma de développement touristique pour Besançon et son agglomération

Plan d'actions 2010-2016

Une stratégie offensive pour le développement touristique de Besançon et son agglomération :

- un positionnement pour la Destination Besançon ;
- décliné autour de cinq actions structurantes et cinq atouts maîtres.

DESTINATION BESANÇON

- Besançon : ville des arts, de la culture et des congrès

↳ Patrimoine architectural, musiques, congrès...

- Besançon : carrefour de l'itinérance et du tourisme doux

↳ Eurovélo 6, Via Francigena, tourisme fluvial...

- Besançon : au coeur d'un espace touristique élargi

↳ Franche-Comté, Carré Magique, Jura, Suisse, Réseau Rhin-Rhône, réseau UNESCO...

5 ACTIONS STRUCTURANTES

1. Pour un meilleur accueil et des sites touristiques reliés
2. Pour des hébergements touristiques diversifiés
3. Pour une hausse du tourisme d'affaires et de congrès
4. Pour une reconnaissance de la destination sur les marchés touristiques
5. Pour un développement touristique porté par tous.

5 ATOUS MAITRES

1. La Citadelle, ses musées, les fortifications
2. Le patrimoine et les musées
3. La Cité des Arts et de la création
4. Le tourisme d'itinérance et le tourisme doux
5. L'offre culturelle à vocation touristique.

LE POSITIONNEMENT STRATEGIQUE DE LA DESTINATION BESANÇON

→ Besançon : ville des arts, de la culture, des congrès

Besançon bénéficie d'une forte concentration patrimoniale et culturelle dans un espace accessible, facile à découvrir en deux ou trois jours. C'est une destination de tourisme urbain par excellence :

- plus de 250 monuments historiques protégés en font l'une des villes françaises où la concentration de monuments est la plus forte,

- la Citadelle désormais inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO avec ses fortifications,

- le Musée des Beaux-Arts dont les collections comptent parmi les 10 plus belles des musées de province,

- le Musée du Temps, unique en France, est abrité dans le plus beau Palais Renaissance de tout l'Est de la France,

- des théâtres, cinémas et une programmation événementielle capable de rythmer l'année entière.

→ **Besançon : carrefour de l'itinérance et du tourisme doux**

L'agglomération de Besançon vient renforcer encore la valorisation de la forte présence de la nature dans la ville, un trait de caractère plus que reconnu. Présence de l'eau à travers l'omniprésence de la rivière sur laquelle peut s'appuyer le développement de nouveaux produits touristiques, présence de la forêt, collines de Chaudanne, de Bregille et toutes les autres, font le caractère original du site.

En mettant en valeur ces attraits naturels, c'est aussi le pari d'un développement touristique qui s'inscrit pleinement dans une démarche durable et qui privilégie les formes douces du tourisme (véloroute, sentiers pédestres, pistes cyclables, Via Francigena, chambres d'hôtes, gîtes d'étape...).

→ **Besançon : au cœur d'un espace touristique élargi**

Les intérêts touristiques de Besançon et son agglomération méritent une vision élargie. La ville occupe en effet une position privilégiée dans le territoire régional à proximité de la Saline Royale d'Arc-et-Senans et la station thermale de Salins-les-Bains (formant à eux deux, un site UNESCO), d'Arbois et de ses vignobles, d'Ornans et de la vallée de la Loue et du Musée Courbet qui sera prochainement rénové, et Métabief - Mont d'Or : le fameux Carré Magique.

Par ailleurs Besançon est à 45 minutes du Haut-Doubs et à un peu plus d'une heure du Locle et la Chaux-de-Fonds que l'UNESCO vient de labelliser et de la Chapelle de Ronchamp de Le Corbusier.

Besançon est aux portes du Massif du Jura et de la Suisse : montagne, horlogerie...

Et au cœur du réseau métropolitain Rhin-Rhône.

5 ACTIONS STRUCTURANTES

1. INTENSIFIER L'ACCUEIL TOURISTIQUE ET LA MISE EN RESEAU DES SITES

1.1. Poursuivre l'accueil et l'information sur le territoire

1.1.1. Affirmer la dimension touristique de la Gare Viotte

Prendre en compte les exigences en matière d'accueil touristique dans le cadre du projet de réaménagement du pôle Viotte.

1.1.2. Améliorer l'accueil touristique sur le territoire (OT et CAGB)

Par la mise en place de points d'information sous forme de bornes interactives qui permettraient aux touristes d'obtenir en temps réel des informations pratiques telles que horaires des transports en commun, calculs d'itinéraires, disponibilités dans les hôtels...

1.2. Renforcer l'accessibilité (CAGB)

Si la destination Besançon veut réellement se positionner au cœur d'un espace touristique élargi, elle doit parfaire les liaisons avec son environnement.

Cette action consiste donc à développer :

⇒ **1.2.1. Les dessertes des sites touristiques, au sein du Grand Besançon**

1.2.1.1. Navettes Citadelle/centre-ville

La Citadelle est actuellement desservie durant la saison touristique par une navette au départ du parking Chamars. En 2009, une billetterie a été installée pour proposer la vente des entrées à la Citadelle. Une réflexion est en cours pour une desserte annuelle via une ligne «touristique» régulière.

1.2.1.2. Desserte du Musée de Nancray

Actuellement le site est desservi depuis Besançon par une ligne régulière à la demande les mercredis et samedis après-midi (un aller-retour) et par une ligne régulière du lundi au vendredi en juillet/août.

L'amélioration de la desserte du site est envisagée comme suit :

- la desserte durant les périodes de vacances scolaires serait étendue du lundi au samedi (mercredi et samedi seulement actuellement) à compter de l'année scolaire 2010-2011

- le service Evolis Grand Air qui dessert actuellement le plan d'eau d'Osselle et la forêt de Chailluz durant les dimanches d'été pourrait être étendu au Musée de Nancray à compter de l'été 2010.

1.2.1.3. Liaison cyclable camping de Besançon-Chalezeule/véloroute

Le camping n'est actuellement pas relié à la véloroute. Il est proposé de prioriser cette liaison dans le cadre de la mise en œuvre du schéma cyclable 2010.

⇒ **1.2.2. Les dessertes des sites touristiques extérieurs à notre territoire**

Desserte en transport en commun vers l'extérieur (sites UNESCO, sites franco-suisse, autres sites franc-comtois phares...).

Il est proposé d'être moteur dans l'engagement d'une réflexion dans ce sens avec l'ensemble des Autorités Organisatrices des Transports (CG 25, CRFC, SNCF).

⇒ **1.2.3. Améliorer encore le stationnement touristique**

Créer un espace d'accueil (stationnement et services annexes) en centre-ville pour les autocars de tourisme, orienter les véhicules légers vers les parkings dédiés.

1.3. Renforcer la signalétique touristique (Ville)

⇒ Pour mieux accueillir, informer et accompagner les touristes sur le centre historique et affirmer l'existence de celui-ci.

1.3.1. Mettre en place un fléchage «centre historique» sur les grands axes

Mettre en place un dispositif de panneaux «Centre historique» sur les 4 pénétrantes de Besançon dont les distances entre le panneau indicateur d'entrée de ville et le centre-ville sont souvent importantes (5 km par la RN 73 en venant de Dole, 4,5 km par la RN 57 en venant de Vesoul) (une vingtaine de panneaux).

1.3.2. Mettre en place un jalonnement touristique piétonnier (Ville)

1.3.2.1. Mettre en place des **bornes-pupitres** sur les lieux touristiques les plus pertinents de la boucle et de Battant (cartes, texte historique et listes des sites touristiques et équipement en 3 langues : Français, Anglais, Allemand) dans le centre historique (Boucle et Battant).

1.3.2.2. Créer un **parcours de découverte fléché au sol** dans le centre historique (Boucle et Battant).

1.3.3. Signaler les commerces proposant des produits régionaux (Ville).

Identifier les commerces de produits régionaux à l'aide d'enseignes (produits gastronomiques : fromages, vins du Jura, salaisons / Produits artisanaux et industriels : jouets en bois, montres, horloges, voiture...).

2. FAVORISER LE DEVELOPPEMENT D'UN HEBERGEMENT TOURISTIQUE DIVERSIFIE

2.1. Régénérer les capacités en hôtellerie de plein air

2.1.1. Améliorer le camping de Besançon-Chalezeule (Ville)

2010 - 1ère tranche

- . Rénovation de la toiture du snack
- . Aménagement aire d'accueil pour mobile-homes
- . Elargissement de l'entrée
- . Curage partiel réseau d'assainissement

2011 - 2ème tranche

- . Phase 1 réseau électrique
- + accessibilité + reprise peinture façades

2012 - 3ème tranche

- . Phase 2 réseau électrique
- + accessibilité + reprise peinture façades

2013 - 4ème tranche : un dispositif anti-bruit

2.1.2. Créer un réseau d'aires de services et de stationnement pour camping-cars (CAGB)

Dans le cadre de son schéma d'hébergement de plein air, la CAGB a décidé la création d'un réseau d'aires d'accueil de camping-cars, dans la mesure où l'offre pour ce type de clientèle sur le territoire est nettement insuffisante. Est ainsi prévue pour l'heure, la création de :

- 4 aires d'accueil à Besançon, Nancray, Osselle, Deluz ;
- 2 aires de stationnement à Novillars et Montfaucon.

2.1.2.1. Aire d'accueil de Besançon

L'aire de camping-cars pour Besançon sera localisée sur le parking quai Veil Picard et offrira 12 places de stationnement et une aire de service.

2.1.2.2. Autres aires (Nancray, Montfaucon, Novillars...)

Leur réalisation s'étalera sur 6 ans.

2.2. Développer l'hôtellerie de qualité

Pour conforter l'accueil des touristes urbains de conditions modestes et aisées en créant une offre hôtelière adaptée et augmenter la capacité d'accueil pour passer de 1 450 chambres à 2 000 chambres

Il est prévu de constituer un dossier de prospective en direction des investisseurs, cibler les sites pouvant accueillir de l'hébergement de standing, prospecter en partenariat avec l'ARD et accompagner le montage de projet.

2.3. Développer les gîtes et chambres d'hôtes

⇒ Pour augmenter la capacité d'accueil de 90 lits à 180 lits.

Pour les chambres d'hôtes et gîtes, il s'agit :

- d'identifier l'ensemble des dispositifs d'accompagnement (CDT, Créer Entreprendre...), des aides financières possibles (convention entre CG 25, CRFC, Etat, Fonds Européens...) et des relais possibles (programme SAUGE, association France-Passion...)

- et de mettre en place un dispositif d'accueil et d'accompagnement des porteurs de projets ainsi que des actions de sensibilisation des habitants.

Au total sur la Ville et l'agglomération : 11 chambres d'hôtes pouvant accueillir 90 personnes.

3. CONFORTER BESANÇON DESTINATION DE TOURISME D'AFFAIRES ET DE CONGRES

⇒ Pour conforter le rayonnement de Besançon, augmenter le nombre de congrès, de congressistes et de nuitées congressistes.

3.1. Intensifier la démarche de prospection (OTC)

- Fédérer et animer un réseau organisé de prospection avec le Conseil Régional, Micropolis, la Maison de l'Economie, l'Université et le CHU.

- Renforcer le guichet unique des congrès en renforçant le partenariat entre l'Office de Tourisme et Micropolis

- Mission de prospection directe par l'OTC (salon, web...)

- Se doter d'outils de prospection par l'OTC (mallettes, vidéo...).

3.2. Inciter les congressistes à découvrir la Ville et en devenir les ambassadeurs (OTC)

- Créer une antenne mobile OTC à Micropolis, Kursaal, Maison de l'Economie lors des grands congrès (se doter d'un stand)

- Créer des produits touristiques ciblant les congressistes (pass inter-sites, visites guidées...).

3.3 Renforcer les capacités de l'organisateur de congrès (Ville)

3.3.1. Aides financières

Il est demandé d'augmenter progressivement les aides financières pour attirer plus de congrès ou de plus gros congrès.

3.3.2. Aide logistique

Maintien, voire renforcement de l'aide logistique (jalonnement, calicot, prêt de plantes, vin d'honneur à l'Hôtel de Ville...).

3.4 Engager une réflexion sur la création d'un équipement de congrès en centre historique à l'horizon 2016

Un équipement de congrès en centre historique est une priorité qui est mise à l'étude dans le cadre de la réflexion sur la reconversion de l'Hôpital St-Jacques ou autres lieux.

4. RENFORCER LE POSITIONNEMENT DE BESANÇON SUR LES MARCHES TOURISTIQUES EN MUTATION (e-tourisme...)

⇒ Pour augmenter le nombre de touristes et les retombées économiques

⇒ Pour profiter des opportunités du classement UNESCO et de l'arrivée de la LGV pour déclencher des séjours touristiques sur le territoire

4.1. Mettre en oeuvre un plan marketing (OTC)

L'OTC se doit de construire et vendre des produits selon une démarche marketing

Faire une étude sur les nouveaux modes de consommation touristique

Analyser les demandes, les besoins de la clientèle

Déterminer les cibles de la clientèle

Déterminer les marchés prioritaires.

4.2. Créer de nouveaux outils innovants adaptés aux nouvelles pratiques (guides de visites, application sur Smartphones (m.tourisme), pass intersites étendus aux sites du Carré Magique, sites UNESCO et aux villes de la Métropole Rhin-Rhône, visites guidées...)

4.3. Concevoir de nouveaux produits propres

4.3.1. Créer un parcours de découverte des célébrités de Besançon (Ville)

⇒ Pour répondre à l'attente des touristes curieux de découvrir, au-delà du patrimoine, des lieux qui ont inspiré ou vu vivre ou naître les personnages célèbres (Vauban, Hugo, Fourier, Proudhon...), **créer des visites guidées** sur cette thématique en leur donnant une forme spectaculaire (en associant des comédiens et/ou musiciens ou en utilisant des supports du type audio guide ou autre).

4.3.2. Répondre à l'attente des touristes à la recherche du patrimoine horloger (Ville)

⇒ En renforçant la programmation et la promotion des visites du Musée du Temps et faire du Musée du Temps le point d'ancrage de toutes les visites liées au patrimoine horloger

⇒ En développant les visites d'entreprises d'horlogerie de proximité (Agglomération, Haut Doubs et Suisse) permettant de créer des packages et de prolonger le séjour à Besançon.

⇒ En développant les visites guidées de l'Observatoire et de l'Horloge Astronomique (dans le cadre d'un contrat avec l'Etat).

4.3.3. Proposer la découverte des richesses du territoire en général dont le patrimoine UNESCO

4.4. Créer des packages s'appuyant sur l'événementiel (et établir un calendrier cohérent et structurant des événements culturels, sportifs... sur les 4 saisons) (OTC)

Pour rendre lisible aux touristes l'offre événementielle de la destination, l'OTC s'engage à recenser l'ensemble des événements, identifier les événements pertinents susceptibles d'attirer une cible touristique ainsi qu'à promouvoir et commercialiser ces événements (package, pass...).

5. RELEVER ENSEMBLE LE DEFI DU TOURISME

5.1. Mobiliser les habitants

Pour rendre les habitants de l'agglomération fiers de leur destination touristique et pour développer le tourisme participatif, très en vogue dans la demande touristique, ce dernier s'adressant à un voyageur qui souhaite rencontrer les habitants au-delà de toute relation marchande, il est proposé de :

5.1.1. Mener des actions de sensibilisation et de communication (valoriser les réseaux existants, utiliser nos supports : conseil de développement participatif...)

5.1.2. Accompagner les montages de projets (accueil chez l'habitant, visites guidées par l'habitant...).

5.2. Renforcer l'implication des professionnels du tourisme, notamment les restaurateurs

Animer un réseau de restaurateurs pour une offre de qualité originale

Créer des concours ou labels pour faire valoir cette offre

Elaborer des brochures faisant la promotion de l'offre de restauration de qualité

Faire découvrir les produits régionaux aux touristes et en faire un affichage touristique (traduction des menus...).

5.3. Organiser la gouvernance

⇒ Pour partager sur les actions accomplies et à réaliser par chacun, pour partager les expériences et assurer ensemble et sans doublons des missions essentielles telles que la veille, l'observation et l'évaluation.

⇒ Par des rencontres régulières pour envisager des actions mutualisées, des financements communs, des suivis communs de porteurs de projets...

5.3.1. Pérenniser les rencontres du groupe technique Tourisme (Ville, CAGB, OTC)

5.3.2. Se coordonner avec les partenaires (CG 25, CDT, CRFC, CRT, DRT, MRR, Club TGV)

5.3.3. Mettre en place des outils d'observation, d'évaluation, de veille

5 ATOUTS-MAITRES

1. CONTINUER LA MISE EN VALEUR DE LA CITADELLE, DE SES MUSEES ET DES FORTIFICATIONS VAUBAN

1.1. Valoriser le site fortifié : mise en œuvre du plan de gestion du patrimoine Vauban UNESCO (Ville)

La Citadelle constitue le premier monument franc-comtois en termes de fréquentation.

Dans le cadre d'un positionnement renouvelé en matière d'offre touristique et culturelle, suite à l'inscription sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, dans le cadre du plan de gestion de conservation et de développement durable des fortifications Vauban et du contrat de projets Etat-Région, la Ville a adopté **un projet ambitieux de travaux**.

Elle a retenu comme prioritaire :

- la restauration de la demi-lune 59 au Front Saint-Etienne
- la restauration du Redan 159 au Front Saint-Etienne
- la restauration du mur d'escarpe, côté Rivotte, au Front Saint-Etienne
- l'opération consistant à une ouverture au public du souterrain appelé «communication 110» (qui était destiné au passage des hommes de la garnison en situation de combat entre le Front Saint-Etienne et le Front Royal).

De plus, la Ville prévoit :

- la mise en valeur paysagère des espaces aux abords des fortifications et le confortement des deux itinéraires d'accès pédestres à la Citadelle.

1.2. Mettre en place le projet scientifique, culturel et touristique de la Citadelle (Ville)

Par ailleurs, dans le cadre d'une étude prospective sur l'évolution de la gestion de la Citadelle et des fortifications par le Cabinet Public et Culture qui a été conduite en 2009, deux axes de réflexion ont été retenus pour une définition d'un projet scientifique, culturel et touristique : un pôle histoire (avec le musée Historique, le Musée de la Résistance et de la Déportation et le Musée Comtois) et un pôle nature (le Muséum d'Histoire Naturelle et son jardin zoologique).

Le projet scientifique, dont l'objet est de donner de la cohérence au site et de mettre le monument à sa juste place, sera proposé à la fin de l'année 2010. Une nouvelle structure de gestion, **un Etablissement Public de gestion**, sera également mise en place à compter de janvier 2011.

1.3. Permettre l'accès à la Citadelle (Ville et CAGB)

Il convient de concevoir, à moyen terme (vers 2015-2016), un moyen de transport en commun adéquat, en complément ou en remplacement de la navette de bus actuelle. En raison des contraintes financière et architecturale, l'hypothèse envisagée serait celle d'un système semi-enterré ou suivant la pente en surface.

Quant à l'OTC, il s'engage à faire davantage la promotion de la Citadelle et des fortifications Vauban et à développer les visites guidées sur ce thème.

2. ENRICHIR NOTRE OFFRE PATRIMONIALE

2.1. Créer une dynamique autour de Victor Hugo et du Besançon Littéraire (Ville)

L'objectif est de développer la notoriété de Besançon en s'appuyant sur la renommée internationale de Victor Hugo et aussi de répondre à l'attente des touristes.

La valorisation de V. Hugo s'intègre dans les limites de sa présence physique dans la Ville (quelques mois au début de sa vie). Pour autant, la vision publique de V. Hugo reste très liée à Besançon.

Pour cela, il est proposé :

2.1.1. d'ouvrir au public la maison natale de Victor Hugo et d'en faire non pas un musée mais un lieu d'évocation ou un centre d'interprétation de l'œuvre de V. Hugo.

2.1.2. d'aménager la place V. Hugo et ensuite de la mettre en scène par des animations ou opérations rappelant l'œuvre de V. Hugo.

Pour une prise en compte de cette problématique, il pourrait sembler opportun de prolonger le mythe à travers une relation à la fiction. Le quartier et la place actuelle sont aussi bordés par la demeure des Frères Lumière. Une jonction entre les deux permettrait de donner des perspectives à un scénographe pour habiter et habiller la maison et la place par exemple par :

- un traitement comme un décor de cinéma ;
- ou une histoire racontée à travers les adaptations de l'œuvre à l'écran : traitement à partir d'affiches et d'audiovisuels ;
- ou un centre de ressource sur l'œuvre de V. Hugo à l'écran.

Ce ne sont que des pistes de travail, qu'un comité scientifique «V.Hugo» devra étudier.

Il est proposé de mettre en place ce comité scientifique et de lancer une étude de faisabilité dès 2010, avec l'optique d'une mise en œuvre du projet en 2011 et 2012.

2.1.3. Continuer la réflexion sur le devenir de la Maison Colette

2.2. Réaménager le Musée des Beaux-Arts (Ville)

Le Musée des Beaux-Arts et d'Archéologie s'inscrit de manière incontournable dans le paysage culturel français et international : le plus vieux musée de France, né en 1694, peut en effet s'enorgueillir de la richesse et de l'éclectisme de ses collections, enviées bien au-delà de l'hexagone. Ce patrimoine exceptionnel a été mis en valeur dans un bâtiment que Louis Miquel, disciple de Le Corbusier, a su valoriser en étendant sa surface d'exposition en 1970.

Suite aux nombreuses donations de Paris, Gigoux, Bresson, la Ville a décidé, pour mettre en lumière les œuvres léguées par ces bienveillants mécènes, de conduire **un projet ambitieux de travaux au Musée des Beaux-Arts.**

Donner **une cohérence accrue du circuit des visites** : ouvrir certains espaces, notamment l'aile rue Courbet au rez-de-chaussée ainsi que l'ensemble de la surface du 1^{er} étage et le dernier niveau.

➤ Offrir **une meilleure qualité d'accueil** par :

- la création d'un espace dédié spécifiquement à la médiation : un atelier pédagogique installé au rez-de-chaussée
- la rénovation et la modernisation d'un hall d'accueil avec boutique.

► **Moderniser le lieu** : avec le développement de l'éclairage général des lieux et de l'isolation thermique.

2.3. Positionner le Musée des Maisons Comtoises et de Plein-Air de Nancray sur le tourisme durable (Syndicat Mixte)

Le musée de Nancray a fait le choix de se repositionner sur la thématique du développement durable à travers son projet scientifique et culturel validé en 2007 autour de l'idée « d'habiter hier, aujourd'hui, demain ».

S'appuyant sur ses collections, ses animations, ses outils de communication et sur des actions relatives à ses propres impacts environnementaux, le Musée a entamé un travail visant à renouveler son propos et à faire évoluer son image afin d'être davantage en phase avec les attentes du public actuel.

Il est à noter que l'ancrage régional très fort du musée constitue un atout à conserver au regard des bons résultats du tourisme de proximité, d'une part, et que d'autre part une marge de progression existe, sur la clientèle des régions voisines et frontalières.

Les actions à poursuivre se déclinent notamment par :

- des **actions d'animation** et des **expositions renouvelées** intégrant la problématique du développement durable (techniques de réhabilitation, jardiner bio, produits locaux...)

- des **actions en direction des publics** : obtention du label tourisme et handicap en cours, actions en direction des personnes âgées ;

- des **résidences d'artistes** ou **interventions autour de la musique, de l'art contemporain** ;

- le **développement d'un plan de communication** (relations presse...) **d'outils de communication** (blog, web2) et **de médiations** (visites téléchargeables sur mp3...) innovants.

2.4. Mettre en place une salle de préfiguration du Centre d'Interprétation de l'Architecture et du Patrimoine (CIAP) (Ville)

La Ville ouvrira dès 2010, au rez-de-chaussée de l'Hôtel de Ville, une salle de préfiguration du CIAP, lieu de diffusion, d'échanges et de pédagogie grand public et lieu de départ des visites guidées Ville d'Art et d'Histoire. Sa proximité de l'accueil de l'OTC devrait développer une synergie nouvelle et décupler l'intérêt des visites guidées.

3. VALORISER LA CITE DES ARTS ET DE LA CREATION (CAGB ET VILLE)

3.1. Sensibiliser et communiquer sur la future Cité des Arts et de la Culture

La Cité des Arts et de la Culture est un projet architectural, culturel et environnemental majeur pour notre territoire, conçu par l'architecte japonais de renommée internationale, Kengo KUMA, qui signe là sa première réalisation en France.

Portée par le Grand Besançon, la Région Franche-Comté et la Ville de Besançon, elle abritera sous une même toiture monumentale, le Conservatoire à Rayonnement Régional et le FRAC de la Région Franche-Comté.

Pour assurer la communication autour de ce projet phare la définition d'une stratégie et la mise en œuvre d'actions de communication sont prévues.

Les objectifs assignés au premier marché, et plus particulièrement à la stratégie, sont les suivants :

- Faire rayonner le projet et le territoire au-delà de la Franche-Comté

- Valoriser les spécificités du projet (démarche environnementale, chantier-école, clause insertion...)
- Valoriser la vocation culturelle
- Faire vivre le chantier, l'expliquer, susciter l'intérêt et l'appropriation.

Les actions envisagées qui en découleront portent sur la création d'un site internet, la visite de chantier par des guides de l'Office de Tourisme, des sonorisations du site en fin de journées, de l'événementiel : concerts, colloques...

Ces actions concourent à la mise en tourisme de cette future réalisation et du quartier des arts et de la création également en devenir (SMAC, Bastion, fabrique culturelle...).

3.2. Faire rayonner le futur quartier culturel (étude dans le cadre du programme européen Urbact 2)

Le Grand Besançon, en partenariat avec la Ville de Besançon, le Conseil Régional, la DRAC, l'ERBA et l'AUDAB ont lancé une démarche visant à définir un plan d'actions pour réussir la valorisation urbaine et économique de la Cité des Arts et de la Culture.

Les objectifs de la démarche, qui intéressent notamment le développement touristique du quartier, sont les suivants :

- Réussir l'intégration urbaine de la Cité des Arts et de la Culture

- Assurer une bonne accessibilité par tous les modes
- Proposer des cheminements continus et qualitatifs entre la Cité des Arts et le reste du centre-ville, entre la Cité des Arts et les autres équipements culturels de proximité (SMAC, Bastion,...)
- Agir pour une requalification des espaces collectifs, des voiries au-delà de l'emprise stricte de la Cité des Arts
- Identifier les locaux autour du quartier culturel en émergence dans une logique d'accueil d'activités en lien avec les grands équipements culturels (ateliers d'artistes, commerces liés à la culture...).

- Réussir la valorisation économique de la Cité des Arts et de la Culture

- Formuler des propositions pour le positionnement des commerces prévus dans la Cité des Arts (café-brasserie, librairie) en veillant à l'offre commerciale de proximité (faubourg Rivotte, SMAC...) et en tenant compte des différentes clientèles (usagers, habitants, touristes...)
- Analyser les opportunités de développer de l'activité économique en lien avec les grands équipements culturels dans les secteurs suivants :
 - Commerces : commerces spécialisés (musique, instruments), cafés, restaurants...
 - Industries culturelles : production et diffusion musicales, multimédia, arts numériques, développement de produits culturels autour des langues étrangères...
 - Activités créatives : locaux pour artistes plasticiens, métiers d'art...
- Formuler des propositions d'itinéraires touristiques dans la ville pour organiser des circuits intégrant le nouvel équipement et plus largement les nouveaux équipements (SMAC).

L'AUDAB accompagne la CAGB sur le volet urbain de cette mission dans le cadre de son programme d'activités partenarial 2010. Sur le volet de l'économie culturelle, il est proposé de travailler avec un bureau d'études spécialisé.

La sélection du Grand Besançon dans le cadre du programme URBACT 2 permettra de bénéficier de fonds européens permettant de prendre en charge au moins 50 % du coût de la mission.

De plus, le projet retenu au titre du programme Urbact 2 réunit neuf villes européennes et permettra de faire connaître le projet bisontin autour de ce nouveau quartier émergence.

4. DEVELOPPER LE TOURISME D'ITINERANCE ET LE TOURISME DOUX (CAGB)

4.1. Enrichir l'offre de loisirs et d'animations le long du Doubs et de l'Eurovelo 6

Il s'agit ici de valoriser et dynamiser la vallée du Doubs (voie d'eau et véloroute) à travers les opérations suivantes :

4.1.1 Dynamiser le port d'agglomération

Amélioration du fonctionnement et des services du port d'agglomération (meilleure gestion, davantage d'amplitude horaire pour la permanence du port, des équipements mieux entretenus) et le soutien aux projets de développement (location de bateaux, atelier réparation...)

4.1.2 Finaliser le Port d'agglomération

Finalisation des équipements du port d'agglomération et particulièrement la réhabilitation du bâtiment d'accueil de la halte nautique de Deluz.

4.1.3. Soutenir la création d'équipements le long de la voie d'eau

Soutien à la création d'équipements culturels, sportifs, de loisirs, patrimoniaux, supports d'activités touristiques le long de la voie d'eau : hébergements, relais véloroute, parcours canoë-kayak...

4.1.4. Développer un programme d'animations estival

Développement d'animations (patrimoine, nature, sportives...) le long de la voie d'eau en lien avec les acteurs locaux, institutionnels, associations...

4.1.5. Plan d'eau d'Osselle

La CAGB suivra également l'évolution du site de loisirs d'Osselle (plan d'eau, camping) actuellement de compétence communale par la Commune, avec l'objectif d'arrêter un positionnement du Grand Besançon sur l'avenir de ce site à moyen terme.

4.2. Valoriser le patrimoine naturel et culturel des collines et de la Vallée du Doubs

4.2.1. Définir un programme de valorisation paysagère et patrimoniale des collines de la Vallée du Doubs (CAGB)

Il s'agit de valoriser le patrimoine paysager, architectural et historique des collines de la Vallée du Doubs qui constitue un site emblématique du Grand Besançon, avec une valeur paysagère et patrimoniale remarquable.

Diverses actions encore à définir et à prioriser seraient envisagées telles que :

- dégagement d'éléments patrimoniaux : forts, aqueduc...
- aménagement de belvédères, implantation de tables d'orientation, de lecture de paysage...

4.2.2. Poursuivre la mise en place des circuits de randonnées pédestres et VTT

4.2.2.1 Poursuivre la mise en place des circuits pédestres et VTT (CAGB)

Toujours dans le cadre de cette valorisation, la CAGB poursuivra la mise en place de ses circuits de randonnée pédestres et VTT et développera des outils de promotion.

La CAGB accompagnera aussi le projet de mise en place de la Via Francigena portée par le Comité de Randonnée Pédestre et le Conseil Général.

4.2.2.2 Valorisation des collines de Besançon (Ville)

Poursuite des projets engagés.

5. STIMULER UNE OFFRE CULTURELLE A VOCATION TOURISTIQUE (VILLE ET CAGB)

5.1. Développer l'offre culturelle les week-ends et pendant les vacances

⇒ Pour séduire et inciter les touristes à prolonger leur séjour :

5.1.1. Créer ou prolonger les expositions des Musées sur la période estivale et pendant les grands moments d'animation du centre-ville (Festival de Musique, Marché de Noël...) afin de pouvoir créer des produits touristiques à la journée ou sur deux jours.

5.1.2. Programmer des spectacles et animations culturelles de plus grande ampleur sur les périodes touristiques (vacances, été, hiver)

Renforcer le programme des F'Estivales et son budget (prévoir une montée en puissance de la programmation et une diversification de l'offre culturelle (concert, danse, art plastique, théâtre, mise en valeur patrimoniale...).

5.1.3. Animations musicales d'été sur les espaces publics

Il s'agit d'inviter les écoles du réseau des écoles de musiques du Grand Besançon dont le Conservatoire à Rayonnement Régional à proposer des prestations musicales pour animer les espaces publics, les sites touristiques et les terrasses de cafés et restaurants durant la saison estivale.

Des premières interventions dans le cadre du programme d'actions 2010 du réseau sont prévues : impromptus d'un quatuor à cordes durant des manifestations culturelles et sportives, concert de l'ensemble à cordes du Grand Besançon de Nancray du 12 et 13 juin, et d'autres projets sont à l'étude.

5.2. Mettre en tourisme les 4 principaux festivals (Festival International de Musique, Festival de Musiques Anciennes, Herb'en Zik, Jazz en Franche-Comté...)

Il s'agit de créer une ambiance festive et musicale dans la ville grâce à une implication des écoles de musique et des harmonies du Grand Besançon, du Conservatoire à Rayonnement Régional (festival off...) et à une implication des commerçants, restaurateurs... (décoration, animations...).

5.2.1. Par l'implication des écoles de musique, des harmonies et du Conservatoire Régional de Musique (animations musicales sur les espaces publics : places, sites touristiques...)

5.2.2. Par l'implication des commerçants (décorations, animations, etc.).

ELEMENTS FINANCIERS

Ce plan d'actions mobilise au total plus de **34 millions d'euros sur 7 ans**, sans compter des actions encore à chiffrer après étude et validation des assemblées délibérantes des deux collectivités, comme par exemple :

- l'ouverture de la maison natale de Victor Hugo ;
- le projet scientifique, culturel et touristique de la Citadelle ;
- la desserte des sites touristiques extérieurs au Grand Besançon...

Les **enveloppes financières dédiées** à ce plan d'actions sont :

- **pour la Ville : 30 million d'euros dont 6,9 millions d'euros pour l'OTC ;**
- **pour le Grand Besançon : 4 millions d'euros dont 600 000 € pour l'OTC.**

Financement de l'OTC par les deux collectivités : 1 million d'euros par an.

CONCLUSION

Le schéma de développement touristique 2010-2016 :

- Une ambition partagée pour faire **rayonner la destination Besançon et toute la région**
- Une volonté commune qui conforte le tourisme comme une **filière économique à part entière, créatrice d'emplois**
- Un enjeu touristique qui nécessite **la mobilisation de tous** : professionnels, institutionnels, habitants, agents des collectivités...
- Une dimension touristique qui **se traduit dans les politiques publiques** : culture, transport, environnement, sport, urbanisme, commerce, propreté...

«M. LE MAIRE : C'est quelque chose que nous vous avons promis. Je vais passer la parole à Jean-François GIRARD qui est revenu rapidement de Paris où il avait une réunion professionnelle. Je le remercie ainsi que les services et l'Office de Tourisme qui ont préparé le dossier qu'il va nous présenter.

Auparavant, je voudrais simplement vous signaler que vous avez sur vos tables un DVD, tiré à 2 000 exemplaires pour être envoyé à tous nos prescripteurs. Il s'intitule «Besançon l'irrésistible» et il tourne actuellement, j'ai pu le constater, sur les longs courriers d'Air France.

M. Jean-François GIRARD : Je vous propose déjà un petit moment de détente en regardant cette vidéo qui passe sur Air France et qui va être diffusée au pavillon français de l'exposition universelle de Shanghai pendant une année.

M. LE MAIRE : Tu devrais dire qu'à Shanghai ce sera sous-titré en mandarin.

M. Jean-François GIRARD : Effectivement ! On escompte des retours chinois. On se détend et on la regarde parce que c'est notre ville et c'est la ville que vous aimez tous...

M. LE MAIRE : Bravo, c'est très bien.

M. Jean-François GIRARD : On n'a plus rien à dire là...

M. LE MAIRE : Peut-être un peu quand même... ne crois pas t'en sortir comme ça !

M. Jean-François GIRARD : Ce schéma que vous attendiez tous découle de deux faits majeurs, vous le saviez déjà : l'inscription des fortifications de Vauban sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO en 2008, c'est un défi majeur qui a été relevé par le Réseau Vauban et son chef de file, Besançon. C'est un véritable espoir de développement mais qui nécessite une exploitation touristique dans la durée et qui ne produira ses effets que grâce aux efforts développés dans ce schéma. Il n'y a aucun coup de baguette magique capable de booster la fréquentation touristique immédiate pour les sites nouvellement inscrits à l'UNESCO, c'est un préambule. Lyon a attendu plus de dix ans pour développer une véritable destination touristique. Enfin le deuxième fait majeur c'est l'arrivée de la LGV en décembre 2011 et son formidable bassin de population à mettre en tourisme.

Ce schéma est le fruit d'un gros travail élaboré conjointement par la Ville et le Grand Besançon. Vous savez tous que notre compétence tourisme est partagée, Besançon développe son tourisme urbain et culturel et l'Agglomération son tourisme de nature. De plus, ce schéma est cohérent avec les politiques touristiques régionales. Nous avons mis en synergie le Comité Départemental du Tourisme, le Comité Régional, l'OTC, la délégation tourisme de Besançon et de l'Agglomération et les professionnels du tourisme qui étaient présents au cours de 40 réunions du comité technique et associés à des professionnels organisés. Ce schéma ne s'est pas fait dans la précipitation, il est le fruit d'un travail profond et réaliste. Notre stratégie est déclinée autour de 5 actions qui structurent notre offre touristique et 5 atouts maîtres qui font la notoriété de notre Ville et Agglomération et qui seront développés.

Le schéma 2002-2009 n'a pas à rougir des bons résultats enregistrés, tant sur la fréquentation hôtelière qui augmente de 18 % que sur l'augmentation de ses retombées économiques, plus de 62 M€ en 2008. Lorsqu'on sait que le PIB en France, pour le tourisme, est de 6 %, on se dit qu'à Besançon on n'est pas loin du compte. Enfin, 75 % des actions prévues ont été réalisées parmi lesquelles la création des haltes fluviales de Besançon et de Deluz, la création d'annexes de l'OTC, la mise en place du parking touristique à Chamars et d'une navette centre-ville - Citadelle qui devient au 1^{er} avril ligne régulière sur toute l'année. Je passe le reste : développement du plateau piétonnier...

De par sa forte concentration patrimoniale et culturelle -c'est un espace accessible- Besançon est une véritable destination de tourisme urbain et de congrès. La présence de la nature et de l'eau nous permet des produits nouveaux dans le tourisme doux et durable. Enfin Besançon est au cœur d'un espace élargi avec son carré magique, Arc-et-Senans et Salins-les-Bains, Ornans et Courbet, Arbois et ses vins, les montagnes du Jura, ces sites UNESCO français et suisses, sa Chapelle de Ronchamp peut-être bientôt inscrite elle aussi au patrimoine mondial de l'UNESCO. Enfin cette métropole Rhin-Rhône et son formidable potentiel de 2,5 millions d'habitants sur une distance de 2 heures en train.

Nos 5 actions structurantes visent à mieux accueillir, dispatcher sur le territoire, loger nos touristes, attirer le tourisme d'affaires et positionner Besançon sur les marchés en perpétuelle mutation. Les gares Viotte et Franche-Comté seront équipées de points infos pratiques en temps réel. Les sites UNESCO du Grand Besançon, régionaux et franco-suisses seront mis en réseau grâce au TER et aux navettes bus. Le stationnement touristique sera encore amélioré tant pour l'accueil des véhicules légers que pour les autocars en centre-ville. La signalétique centre historique sur les grands axes est prévue en 2011, le jalonnement piétonnier sera positionné en 2010, le parcours fléché au sol -la chouette dijonnaise deviendra peut-être le hibou ou Vauban à Besançon- en 2011, avec son signallement des commerces et des produits régionaux.

Un programme important d'hébergement sous toutes ses formes est prévu. Le camping de Chalezeule, on en a déjà parlé, sera entièrement rénové sur 3 ans, avec un budget de 600 000 € pour répondre à l'attente du tourisme de passage étranger, connecté au centre-ville et à l'Euro vélo route. Une aire de camping-cars sera créée en 2010 quai Veil Picard. Notre ambition, aidée par les professionnels de l'hôtellerie qui croient en Besançon est de passer de 1 450 chambres à 2 000 chambres. Certains sites recensés pourront accueillir un hôtel de standing. D'ores et déjà 200 chambres en 3* seront créées d'ici la fin de l'année avec une majorité en centre-ville. Enfin, nous accompagnerons tous les projets de créations de gîtes et de chambres d'hôtes pour doubler notre offre.

Besançon confortera et amplifiera sa destination de tourisme d'affaires et de congrès par une animation des réseaux organisateurs. Je pense à Micropolis, à la Région, au CHU, à l'Université, à la Maison de l'Economie, et animera ses réseaux d'ambassadeurs. L'OTC a une mission de prospective et de guichet unique, organisateur de congrès clé en main, de stimulant à découvrir la ville en créant des produits touristiques, pass inter-sites, visites guidées. Enfin l'OTC mobile nouvellement créé sera présent sur les lieux de congrès, de réunions sportives et culturelles. Enfin, à l'horizon 2016 une réflexion en cours devra aboutir sur la création d'un équipement de congrès en centre historique.

Besançon est déjà positionnée sur les marchés touristiques en mutation permanente, grâce à son OTC qui commercialise la destination selon une démarche marketing, c'est le tourisme tenant compte des nouveaux modes de consommation, en analysant la demande, les besoins de la clientèle et en déterminant les sites et les marchés prioritaires, Web 2, nouveau site de l'Office de tourisme modifié en novembre 2009. Enfin nous créerons des outils innovants, des guides de visites, des applications sur Smart Phone et des pass inter-sites élargis. Des produits propres, par nature, bisontins, seront conçus et je pense aux célébrités de Besançon, au patrimoine horloger, l'horloge astronomique, l'Observatoire, enfin aux richesses du territoire dont le patrimoine UNESCO. Enfin l'OTC recensera tous les événements susceptibles d'attirer une cible touristique et il les commercialisera.

Les Bisontins sont les ambassadeurs de leur territoire et nous relèverons ce défi du Tourisme par une mobilisation des habitants, des réseaux existants, par le développement de l'accueil chez l'habitant et le développement de visites guidées originales -et je pense ce week-end à ce congrès des entrepreneurs chrétiens qui a réuni 1 200 personnes dont certains logeaient chez l'habitant- par une implication forte des professionnels du tourisme et je sais qu'il y a des professionnels ici qui nous écoutent, autour d'une offre de restauration de qualité, d'une adaptation des horaires et des dates d'ouverture en week-end et durant les vacances.

Enfin nous renforcerons et elle existe déjà, la gouvernance touristique, pour assurer ensemble sans doublon des missions essentielles : la veille, l'observation, l'évaluation, envisager des actions mutualisées avec des financements communs. Les travaux du groupe technique Ville - CAGB - OTC ont débuté depuis deux ans. Un comité de destination Besançon sera créé, qui associera tous les partenaires, je reviens sur le CDT, le CRT, la direction régionale du tourisme, la métropole Rhin-Rhône et le club TGV qui sont très actifs depuis plus d'un an et qui enchaînent réunion sur réunion pour pouvoir organiser notre offre touristique et notre offre industrielle et commerciale.

Nos 5 atouts maîtres font déjà et pour d'autres feront notre réputation, notre notoriété. Je pense en tout premier, à tout seigneur tout honneur, à notre Citadelle, avec ses musées et ses fortifications Vauban. Notre vieille fille poursuit son ambitieux lifting, débuté par la demi-lune, le redan, le mur d'escarpe et la communication 110 qui sera ouverte à l'automne. Nous allons mettre en place un projet scientifique, culturel et touristique à la Citadelle. Ce projet confortera le pôle nature avec son muséum d'histoire naturelle et son jardin zoologique qui reste à la Citadelle, qui ne partira pas, je m'y oppose, et qui développera un pôle historique. Je pense aux musées des fortifications de Vauban, au Musée de la Résistance et au Musée Comtois. Pour mieux fédérer les acteurs du site sur un projet ambitieux, un établissement de gestion unique, une RAP, Régie Autonomie Personnalisée sera créée dès 2011. Enfin l'accès à la Citadelle sera facilité dès 2010 par une ligne régulière depuis Chamars, ce qui ne nous empêche pas de poursuivre les études pour un autre moyen de transport adéquat plus doux.

Notre offre patrimoniale sera encore enrichie par la création d'une dynamique autour de Victor Hugo avec l'ouverture de sa maison natale et le réaménagement de la place et une réflexion sur le devenir de la maison Colette. Le Musée des Beaux-Arts -il en a bien besoin- sera réaménagé en renforçant l'accueil, le circuit des visites et la médiation. Le Musée des Maisons Comtoises et de plein air de Nancray confortera son ancrage sur le développement durable. Dès 2010 sera ouverte la salle de préfiguration du CIAP à l'Hôtel de Ville, lieu de départ des visites guidées, ville art et histoire.

Notre future Cité des Arts, conçue par l'architecte Kengo Kuma est un projet architectural, culturel et environnemental majeur pour notre territoire. Elle abritera, vous le savez, le Conservatoire du Grand Besançon et le FRAC Région Franche-Comté. Ce projet est un élément majeur de communication, au-delà de la Franche-Comté. Nous créerons un site Internet, des visites de chantier, une sonorisation du

site et enfin des concerts seront organisés pendant la construction. Tout ceci concourt à une mise en tourisme du futur quartier culturel et je pense bien évidemment à la SMAC, au Bastion et à la future friche culturelle pour une réussite de la valorisation urbaine, touristique et écologique de la Cité des Arts et de la Culture. Nous avons une carte majeure à développer, le tourisme d'itinérance et le tourisme doux, en renforçant notre offre de loisirs et d'animation le long du Doubs et de l'Euro vélo route. Il reste à finaliser bien sûr les équipements du port fluvial et à améliorer son fonctionnement et ses services. Le long des voies d'eau nous créerons des équipements structurants, je pense aux hébergements, aux relais, aux parcours canoë-kayak et des animations estivales en lien avec les acteurs locaux.

Notre patrimoine naturel sera valorisé, de même le patrimoine historique et architectural de nos collines, par un dégagement des forts et un aménagement des belvédères. Un fonds d'aide sera créé pour les communes et associations. Tous les circuits de randonnée seront mis en place et promus par chaque collectivité, je pense au GR et à la via francigena.

Notre offre culturelle sera mise en tourisme les week-ends, pendant les vacances, pour séduire et inciter les touristes à rester plus longtemps. Nous organiserons des expositions de musée en période estivale, pendant les grands moments d'animation du centre-ville, je pense bien évidemment au Festival de Musique, au Marché de Noël. Nous produirons des animations culturelles et des spectacles en période touristique et je pense aux Estivales qui seront réhaussées en période estivale. Nos principaux festivals seront mis en tourisme, je pense bien évidemment au Festival International de Musique, au Festival des Musiques Anciennes qui prend de l'importance, au Festival Herb'en Zik qui va annoncer sa programmation, et Jazz en Franche-Comté. Ces spectacles seront mieux subventionnés, mieux animés en ville par la participation des écoles de musique, des harmonies, du CRR et des commerçants. Des forfaits pass, forfaits hôtels seront créés et vendus par l'OTC. Ce n'est pas un engagement oral, c'est un engagement financier, ambitieux qui est budgétisé. Il mobilise plus de 34 M€ sur 7 ans, hors chiffrage, bien évidemment, des actions à valider par les assemblées délibérantes des deux collectivités, je pense à l'ouverture de la Maison de Victor Hugo, au projet Citadelle et à la desserte des sites touristiques extérieurs.

La Ville investira 30 M€ dont 6,9 M€ pour l'OTC, la CAGB 4,2 M€ dont 0,6 M€ pour l'OTC. Les autres partenaires institutionnels seront sollicités sur les différents dossiers en cours de chiffrage.

Enfin, en conclusion et pour remercier tous ceux qui ont collaboré à l'élaboration de ce schéma, j'aimerais vous dire ceci peut-être en alexandrin, je ne sais pas si je vais y arriver

«Si tu veux que ta ville, dans toute la France rayonne,
Donne-toi les moyens, partage notre ambition,
Pour faire venir les autres tous les leviers actionne,
Du plus petit sourire jusqu'à nos traditions.
L'enjeu est important, nous pouvons gagner gros.
Chacun à notre place, nous avons le devoir,
Devant chaque touriste de ne pas décevoir.
Le travail est aisé, nous avons l'UNESCO,
Un office de tourisme qui travaille sans relâche,
Des institutionnels et des bons politiques.
Ensemble et pour chacun mettons-nous à la tâche,
De janvier en décembre travaillons sans panique,
Nos touristes verront le jour du départ,
Que pour quitter la ville il n'est jamais trop tard.
Vous tous qui êtes ici avec moi,
Espérez que mon ami SASSARD est enfin rassuré». (rires)

M. LE MAIRE : On ne nous l'avait jamais fait ça mais il faut bien que cela arrive !

M. Jean-François GIRARD : Avec mon cher Edouard ça allait aussi !

M. LE MAIRE : Au-delà de ça je ne vais pas te répondre en alexandrin parce que j'ai beaucoup moins de temps que toi pour faire tout ça, j'ai un métier moi ! (rires).

M. Jean-François GIRARD : Je le fais la nuit.

M. LE MAIRE : Je voudrais déjà te rassurer, vous rassurer tous parce qu'avec beaucoup de conviction Jean-François a dit : «le départ du parc zoologique je m'y oppose» mais je rassure tout le monde, il n'a jamais été question que le parc zoologique, le Muséum, quitte la Citadelle, j'ai déjà eu l'occasion de le dire. Avant de vous passer la parole, je voudrais remercier l'ensemble des services de la Ville et de l'agglomération, l'Adjoint et l'Office de Tourisme et la Citadelle, qui ont bien travaillé sur ce schéma. Ce dossier est très important et bénéficiera de financements qui pour certains étaient déjà prévus. Ce n'est donc pas 30 M€ que l'on va remettre en supplément mais on va faire des choix, concentrer et construire nos efforts sur une certaine durée. Maintenant on a un plan, une feuille de route à laquelle nous allons nous référer. Je crois que c'est important à la fois pour le Conseil Municipal, pour l'Office de Tourisme et des Congrès et aussi pour la future RAP de la Citadelle. Donc bravo à tous et je passe la parole à ton ami SASSARD.

M. Edouard SASSARD : C'est vrai qu'on en a déjà parlé régulièrement. On a toujours dit que le tourisme n'était ni de gauche ni de droite, en plus ça peut découler sur des emplois. Je vais être très très synthétique, je vais essayer de le faire le plus naturellement et le plus sincèrement possible. On est évidemment très satisfait d'avoir eu cette présentation parce que cela fait environ deux ans qu'on l'attendait, même si bien évidemment il fallait un point départ mais ça reste quand même deux années de mandat, donc nous sommes enfin satisfaits de pouvoir la découvrir. Je vais être assez synthétique pour évoquer l'approche globale du projet et de sa construction en faisant une distinction entre la partie touristique «en général» et la partie congrès qu'à mon avis on peut différencier, ce sont deux choses différentes, même si l'on sait que le congrès «tourisme d'affaires» va déboucher sur du tourisme «en général».

Sur la partie que vous nous avez présentée Monsieur GIRARD, j'ai un peu un sentiment de catalogue d'objectifs à réaliser, qui reprend ce qui a été fait dans le passé, ce qui est fait aujourd'hui et ce qui pourrait être fait demain. C'est riche en éléments, en idées mais d'après nous, ne ressortent pas suffisamment les actions concrètes, les moyens précis et les résultats attendus. Je trouve qu'il aurait été judicieux de repartir du bilan 2002-2009 pour dire : voilà ce qui s'est passé entre 2002 et 2009, voici les résultats, voilà ce qu'on propose de nouveau, ensuite les moyens et les résultats attendus. Je trouve, à titre personnel, qu'ils manquent ces résultats attendus par rapport au nombre de visiteurs sur un site et même par rapport au nombre d'emplois créés. Je pense qu'aujourd'hui le tourisme c'est de l'emploi, c'est de la plus-value, ça se quantifie et ça manque dans ce schéma de développement. Un peu en attente donc de cette deuxième partie, après la première partie où on lance des idées. Je rappelle quand même qu'il y a 34 M€ d'engagés en totalité, 30 M€ de la Ville. Je pense qu'à un tel niveau d'investissement on doit connaître de façon chiffrée notre retour sur investissement. C'est de l'économie, c'est précis et je pense que cette partie-là était indispensable. Malheureusement je ne l'ai pas vue de façon très claire et d'ailleurs je trouve que la conclusion générale qui donne envie est une fois de plus très générale, trop générale. Je pense qu'elle aurait dû être beaucoup plus quantifiée, on aurait dû être plus exigeant sur le résultat.

Ensuite concernant la deuxième partie qui est la partie congrès, elle est fondamentale. Dans votre rapport, vous reprenez un chiffre qui est éloquent «les voyages d'affaires représentent 10 % du total des visiteurs internationaux accueillis en France mais génèrent 35 % des dépenses sur le territoire». Ça marque vraiment l'importance de ce tourisme d'affaires, de l'organisation de congrès. Pour connaître un tout petit peu le secteur, mais pas autant que vous, on a le sentiment qu'il faut une vraie approche business, une vraie approche entreprise, c'est-à-dire que ce développement du tourisme d'affaires, amener des congrès, c'est quasiment créer une entreprise à part entière au sein de l'Office du Tourisme. Je crois qu'il faut définir clairement qui en est le coordinateur, quels sont les moyens qui lui sont donnés, est-ce qu'ils sont suffisants aujourd'hui. Je crois qu'il y a une assistante pour faire de la gestion, pour faire du commercial, est-ce que franchement cela suffit ? Quels sont les objectifs précis en nombre de congrès ? de quel type ? Je pense qu'il est vraiment nécessaire que sur cette partie-là, tourisme d'affaires,

on arrive à être beaucoup plus précis en terme d'objectifs, comme dans une entreprise, c'est à part entière et je pense qu'on aurait pu dissocier ce schéma congrès - tourisme d'affaires.

Développer le réseau d'échanges entre villes, vous connaissez évidemment le principe de France Congrès qui est important. Je m'étais déjà permis d'intervenir sur le lien nécessaire entre l'Office du Tourisme et l'Office de Commerce et il y aurait été bien qu'il y ait une partie en lien avec l'Office de Commerce quand on sait le lien entre l'économie et le tourisme, les deux sont liés, ce que ça peut rapporter comme dépenses annexes, je pense que cette partie-là manque. En conclusion il y a un travail qui est fait, une proposition d'avenir qui a été établie mais je reste un tout petit peu sur ma faim en terme d'actions concrètes et surtout de résultats escomptés par rapport à l'investissement et au financement. Je pense qu'il nous faut davantage de précisions.

M. Philippe GONON : Enfin il est là, enfin nous avons pu le lire ! Nous l'avions attendu avec tant d'impatience car nous sommes persuadés et les chiffres que vous donnez dans votre ouvrage confirment que le tourisme est bien un facteur de développement, un facteur de création d'emplois et donc un élément déterminant pour l'avenir de notre ville. L'exercice auquel vous vous êtes livré est donc fondamental et indispensable mais il pourrait présenter deux ou trois risques que je voudrais vous rappeler rapidement. Le premier risque que je vois et que je qualifierais «d'attrape-tout» je le vois notamment poindre dans le paragraphe 5, positionnement stratégique au cœur d'un espace touristique élargi, partant du carré magique, vous frôlez la Suisse, vous tangentez la Haute-Saône, vous évoquez la métropole Rhin-Rhône, j'ai eu peur à un moment que nous disions «Besançon carrefour de l'Europe», et pourquoi pas au centre du monde. Il y a un deuxième risque qui est un risque de surdimensionnement. Je le vois apparaître également dans le même chapitre «Besançon carrefour de l'itinérance», vouloir mettre les sentiers de Bregille et de Chaudanne en face du GR5 ou du Mont Blanc me semble quelque peu prétentieux pour nos pauvres petits sentiers bisontins. Ces deux types de risques que nous devrions éviter, je les vois là dans ces deux chapitres, la déception générée par le second ou la dispersion engendrée par le premier pourraient se retourner contre nous. Il me semble que la concentration sur deux des trois chapitres que vous citez serait un facteur total de succès de ce plan.

J'ai éprouvé aussi quelques petites déceptions à la lecture de ce document. Je pense notamment à cet équipement piscine - camping de Chalezeule qui va subir un relifting bientôt. Il me semble que nous aurions dû être beaucoup plus ambitieux et faire de cet équipement un autre équipement que celui que nous aurons d'ici quelques mois rénové. Je regrette aussi fortement que l'animation de la Citadelle repose essentiellement ou presque essentiellement sur les très classiques musées et zoo, imaginez Roberto ALAGNA au sommet de la Tour du Roi, imaginez Ariane MNOUCHKINE devant la Chapelle Saint-Etienne ou Aïda dans la Cour des Cadets ! Moi j'aurais aimé un élément beaucoup plus novateur et beaucoup plus ambitieux pour cette vieille Citadelle. Nous avons également proposé un moment un musée des techniques horlogères qui aurait pu compléter de façon indispensable le Musée du Temps qui a tant de mal à décoller, avec l'histoire de MEGEVAND à LIP, et le passage vers les microtechniques expliquées par les machines ou d'autres systèmes.

Je préfère m'en tenir à l'aspect très positif de ce schéma et vous en féliciter. Il porte des pistes particulièrement intéressantes, j'en soulignerai deux ou trois. J'ai eu beaucoup de plaisir à lire cette éventuelle suggestion de refaire de l'ex-hôpital Saint-Jacques un futur centre des congrès et je me suis rappelé de cette cité Lumière que nous avons proposée il y a quelques deux ans pendant cette campagne municipale. Je voudrais vous féliciter également de vous appuyer sur Victor Hugo plutôt que sur Victor Considérant, il me semble que c'est un vecteur de communication très supérieur au deuxième Victor.

M. LE MAIRE : C'est différent.

M. Philippe GONON : C'est différent mais je pense qu'à titre de notoriété le premier Victor a plus de succès que le second.

M. LE MAIRE : Certes !

M. Philippe GONON : Et j'ai noté avec plaisir que nous allions reparler bientôt de l'accès à la Citadelle, je me félicite des joutes verbales en perspective. Nous voterons donc sans état d'âme ce plan dans sa totalité. Nous voterons donc les 34 M€. Simplement nous souhaiterions connaître le calendrier exact de la mise en place des différents points que vous avez envisagés dans ce schéma.

M. LE MAIRE : M. GIRARD vous répondra.

M. Jean ROSSELOT : Nous l'attendions en effet ce rapport sur le développement du tourisme. Je faisais partie du conseil qui, en 2002, a déjà eu à examiner le précédent rapport. Il s'agit donc d'un gros travail, c'est vrai, d'expertise, 40 réunions, 60 pages, beaucoup de pages -ce n'est pas méchant ce que je dis mais beaucoup de pages de banalité- Que le nombre de nuitées ait augmenté depuis 10 ans, dans une civilisation dite de la mobilité, ça n'a vraiment rien d'extraordinaire, ce n'est pas une découverte. C'est comme si vous disiez que le nombre de voitures a augmenté depuis 10 ans, c'est un peu pareil. Donc un gros travail, beaucoup de pages, beaucoup de réunions, mais tout ça pour se demander si la montagne n'accouche pas d'une souris.

J'ai bien pris acte des 5 actions, 5 atouts, de l'immense déclinaison qui en est faite, je résumerai, pour être simple, à l'enjeu majeur qui est de faire de Besançon et du Grand Besançon une vraie destination touristique à une époque où la concurrence est sévère, je ne trouve pas vraiment la réponse. Le film est très bien, c'est la Boucle, la diffusion dans les avions c'est bien, mais pour le moment les deux cibles qui sont à exploiter en urgence à cause de la mise en service de la LGV dans peu de temps, ce sont d'une part les Franciliens et d'autre part les Allemands et c'est des gisements de clientèle considérables. Et c'est là que j'aurais aimé un document de 10 pages, pointu, qui nous dise comment mobiliser ces clientèles. Je le dis parce que j'ai été impressionné et je prends à témoin Jean-Claude ROY et Michel LOYAT qui étaient là, par l'allocution que nous a faite à une réunion au début de l'année et que j'ai déjà évoquée, le chef du projet de la LGV qui, fort de toute son expérience des projets LGV qu'il a réalisés dans toute la France, nous a donné quelques impressions personnelles sur notre stratégie d'accueil en matière touristique. Il nous a dit -je parle encore sous le contrôle...- pour les Franciliens, Besançon qui, comme vous le savez, on confond avec Briançon ou Brégançon généreusement -si, c'est vrai, c'est vrai !- «Besançon c'est un terminus, adossé à une montagne et c'est la zone, c'est la campagne». Alors pour les Bâlois, pour les Allemands c'est pire que cela puisque beaucoup n'ont jamais entendu parler de Besançon. Ce que j'aurais aimé dans un rapport pareil, c'est qu'on nous explique ce que vous comptiez faire, les contacts que vous auriez déjà pu prendre ou que vous allez prendre avec les consulats de France à Fribourg, à Stuttgart, à Bâle car c'est ça qui est important. La mise en service de la LGV c'est dans 1 an et demi ; c'est déjà trop tard car il faut du temps pour monter des opérations de rabattement de ces clientèles touristiques à fort pouvoir d'achat et qui ne connaissent pas du tout notre région et sa capitale. J'aurais voulu que vous entriez dans le concret, 40 réunions, 60 pages, des dizaines de personnes -je n'ai jamais d'ailleurs été amené à donner mon modeste avis, jamais- moi je trouve que c'est vraiment beaucoup pour ne pas, comme je viens de l'indiquer, à partir de nos services diplomatiques à l'étranger, commerciaux, postes d'expansion économique, forger déjà des actions qui nous permettent d'opérer des rabattements. Je peux en dire autant de la clientèle francilienne. Une autre idée que j'ai toujours avancée, on pourrait les accueillir par la nouvelle LGV et les diriger vers ce qui me paraît la plus belle illustration du potentiel touristique de Besançon, c'est-à-dire la place Leclerc avec vue sur la Citadelle et avec la mobilisation du bâtiment de la Faculté des Sciences qui ne demande qu'à s'en séparer, le Jardin Botanique en faire une sorte de sas d'entrée pour les clientèles touristiques venant, pas de Shanghai, même si c'est bien, je ne critique pas, mais d'ici à ce qu'ils arrivent on a encore le temps de mobiliser les Allemands et les Franciliens pour les faire s'imprégner de notre culture. Ce bâtiment magnifique de la Faculté des Sciences pourrait servir d'office du tourisme, de sas d'entrée pour toutes ces clientèles pour un moyen séjour où on leur dispenserait l'histoire, bref, toutes les qualités de notre ville. Je fais remarquer que de là c'est très facile d'aménager un cheminement piétonnier qui, par la rue du Grand Charmont ou celle des Frères Mercier, mène directement à pied à la Citadelle. Voilà ce que j'aurais aimé trouver dans un rapport comme celui-là.

Sur le plan du patrimoine, je prends à témoin l'avis de M. DREYDEMY qui a tout à fait raison. Dans l'interview qu'il donne à l'Est Républicain de vendredi dernier, il dit : «la Citadelle c'est le vaisseau amiral», il a tout à fait raison mais je n'ai jamais vu un porte-avions qui est en général le vaisseau amiral, esseulé

sur une mer. Autour d'un vaisseau amiral il y a des frégates, des destroyers, des bâtiments. Dans le pourtour de notre Citadelle il y a 23 ouvrages que vous ne mentionnez même pas. Ça m'attriste profondément parce que ça ne peut être que pour des raisons idéologiques qui consistent à dire que ce qui vient de l'opposition c'est à rejeter. Quand en plus vous ajoutez qu'on ne fait pas de propositions, vous avez montré votre sectarisme mais c'est quand même dommage d'oublier ces 23 ouvrages qui ont trois grandes qualités : être des accès en randonnée tout à fait intéressants, des points d'observation extraordinaires et des lieux d'architecture tout à fait remarquables. Je vous rappelle qu'au mois de septembre à la petite ouverture en direction du Fort de Montfaucon, on a vu 1 000 personnes, à la petite lunette des Trois Châtels ça a été 800 personnes. Et là encore vous ne prenez pas en compte ces possibilités-là. Comment coordonner ces 23 ouvrages autour du vaisseau amiral, il faut y réfléchir mais il y a trois grands intérêts à en tirer.

Ce rapport est aussi très réducteur, et ce que je vais dire en matière de tourisme est vrai aussi pour la réorganisation de la gouvernance de nos territoires dans le corridor Besançon - Vesoul dans la perspective de la mise en service de la LGV. On dirait que l'Ognon -la rivière- est aussi étanche que ne le fut le Rhin du temps de Bismarck. C'est quand même quelque chose ! S'agissant d'une clientèle mondiale à attirer sur un peu plus que Besançon elle-même, on avait effectivement évoqué Arc-et-Senans, Arbois, Ornans mais comment se fait-il que vous ne regardiez pas au Nord, je n'arrive pas à comprendre. Les points cardinaux ne sont pas trois, vous regardez à l'Est, vous regardez à l'Ouest, l'Ouest pas beaucoup, en tout cas au Sud mais le Nord, les châteaux comme celui de Moncley, la magnifique vallée de l'Ognon... Quand vous avez reçu une délégation de personnalités américaines il y a deux ou trois ans Monsieur le Maire, vous avez demandé à votre conseiller en patrimoine M. ESTAVOYER de leur faire visiter le patrimoine. Qu'est-ce qu'il a fait ? Il les a emmenés au château de Moncley, dans les magnifiques châteaux de la vallée de l'Ognon qui auraient pu figurer, en un clin d'œil sur le film que vous nous diffusez et qui l'auraient sacrément densifié. On peut quand même s'exprimer ! Personne ne nous a demandé notre avis sur 6 mois de travail et moi je vous dis que la montagne accouche d'une souris et j'attends le jour où enfin, puisque Charles Quint a été évoqué, Besançon réétincellera dans l'Europe entre Madrid et Varsovie, comme au temps de Charles Quint mais on en est loin !

M. LE MAIRE : Vous ne changerez jamais.

M. Jean ROSSELOT : Mais c'est vous qui ne changerez jamais. Vous ne prenez pas en compte ce que l'on vous dit.

M. LE MAIRE : Monsieur ROSSELOT, je vous ai écouté, vous nous dites que ce plan manque d'ambition et vous terminez en évoquant les forts autour de Besançon.

M. Jean ROSSELOT : Je n'ai pas parlé que de ça.

M. LE MAIRE : Monsieur ROSSELOT, est-ce que vous accepteriez de m'écouter comme je vous ai écouté...

M. Jean ROSSELOT : D'accord mais ne travestissez pas !

M. LE MAIRE : ... comme je vous ai écouté patiemment parce que l'histoire de la place Leclerc vous nous l'avez déjà faite vingt fois. Vous avez oublié de nous reparler de Vauban, de la Caserne, dans votre discours cela a manqué aujourd'hui... A la limite l'intervention d'Edouard SASSARD est positive, elle pointe ce qui manque mais souligne le travail réalisé mais pour vous systématiquement c'est nul, ce n'est rien du tout, ça n'a pas de sens, il faut que Besançon étincelle comme du temps de Charles Quint... Un gros travail a été fait, un très gros travail, je voudrais au minimum que vous puissiez le constater mais vous êtes toujours négatif. Alors il y avait Briancçon, maintenant il y a Brégançon, ça on ne me l'avait encore pas fait ! C'est vrai qu'il y a beaucoup plus de monde qui vient en vacances à Besançon qu'à Brégançon, l'accès à Brégançon est beaucoup plus réservé. Ce qui me désole en permanence c'est cette capacité que vous avez quelques-uns, et spécialement vous, à toujours vouloir détruire l'image de cette ville, ne jamais positiver les choses. Ce film-là ce n'est pas nous qui l'avons fait mais un réalisateur connu avec des images qui avaient été tournées par une société spécialisée. Nous avons d'ailleurs racheté les droits et on va le distribuer à tous les autocaristes, dans les offices de tourisme de la France entière mais

tout ça à vos yeux ce n'est rien car on n'y voit pas le fort de Montfaucon ou celui de Fontain... J'ai rencontré -je ne vous y ai pas vu- un certain nombre de ces patrons importants qui étaient au congrès des dirigeants chrétiens, entre autres les dirigeants d'Auchan et de Peugeot. Quand vous dites que nous ne sommes pas intéressés par le monde de l'industrie, j'en ai reçu vendredi soir...

M. Jean ROSSELOT : Je n'ai pas dit ça.

M. LE MAIRE : ... une quinzaine ici pour discuter avec eux et tous ont été émerveillés par cette ville et ont dit publiquement devant les 1 200 personnes qui étaient là, combien la Ville de Besançon, l'Office de Tourisme, le Bureau des Congrès, Micropolis, combien l'accueil avait été fabuleux, ils l'ont dit publiquement. Monsieur ROSSELOT, je suis prêt à travailler avec vous mais comment voulez-vous que cela soit possible alors que vous n'avez de cesse systématiquement de vouloir anéantir et donner un côté négatif à ce que nous proposons. Il faudrait que vous soyez plus raisonnable. Ça finit par lasser car vous avez toujours les mêmes sujets de conversation : Vauban, la place Leclerc. Je sais que pendant votre campagne vous vouliez faire des souterrains sous la place Leclerc, qui débouchent sur la Ville. Je sais tout cela...

M. Jean ROSSELOT : C'est incroyable !

M. LE MAIRE : Il faudrait quand même que vous puissiez, cher Monsieur ROSSELOT, sortir de cela et faire des propositions. Edouard SASSARD a dit que le tourisme n'est ni de droite, ni de gauche, et là-dessus je suis d'accord. Vous savez très bien que nous souhaitons travailler avec d'autres villes, qui ne sont pas des villes de gauche, mais heureusement ! Vous avez toujours cette volonté de tout réduire à néant, rien ne va, essayez quand même un peu d'ouvrir les yeux.

M. Pascal BONNET : On a tous ici bien entendu envie de voir ce projet de développement touristique aboutir parce qu'on a tous envie de voir notre ville mieux connue, mieux reconnue et de voir les conséquences économiques qui en découleront. Et je crois qu'en plus, sur ce sujet, vous n'avez pas droit à l'erreur dans la mesure où on a pu entendre, aux réunions auxquelles j'ai pu participer du club TGV aussi, à quel point le développement touristique était pour la Ville de Besançon et l'Agglomération un des éléments majeurs de l'accueil TGV avec, si je me souviens bien, la question des étudiants et celle du développement économique. Donc je rejoindrai et là vous ne serez sans doute pas surpris, Edouard SASSARD sur le fait qu'on a attendu ce projet, on l'a lu avec attention et qu'il y a cette problématique d'évaluation et d'actions plus ciblées à sans doute développer. Et je voudrais, pour être assez rapide, simplement évoquer deux ou trois points qui m'ont tenu un peu plus à cœur, la question de l'événementiel où j'ai pu voir que vous réfléchissiez à l'idée de mieux utiliser la période de l'automne à Besançon et des nombreuses manifestations qu'il y a déjà à l'heure actuelle avec l'idée d'en ajouter, manifestations aussi bien culturelles qu'économiques, industrielles et c'est quelque chose que j'ai dans le passé, évoqué aussi, avec l'idée qu'il faudrait peut-être envisager un label unique réunissant toutes ces manifestations pour attirer à Besançon sur cette période-là.

Ensuite, pour ce qui est de la dimension plus patrimoniale, heureusement on a retrouvé il y a quelque temps Victor Hugo à Besançon, après quelques années d'oubli, on en est tous heureux et je pense qu'on pourrait, au-delà de Victor Hugo, réfléchir peut-être en lien avec le Jura à un travail commun sur Pasteur et Victor Hugo, qui sont quand même deux des personnalités françaises les plus connues à travers le monde et je ne l'ai pas inventé. C'est une idée qui a surtout été exprimée il y a quelques mois au Conseil Régional par Jean-Claude DUVERGET et Yves-Marie LEHMANN. C'est aussi pour moi l'occasion de rendre hommage à leur action depuis 25 ans au service de notre région et de sa capitale. Et je pense qu'au-delà de Victor Hugo on peut peut-être, dans une perspective internationale, travailler avec le Jura sur Pasteur et au-delà sur un certain nombre de personnalités mais ces deux personnalités étant extrêmement centrales. Ensuite j'ai plaisir aussi à voir que le Palais Granvelle est le plus beau palais Renaissance de l'Est, on est tous d'accord là-dessus. Je tiens au Musée du Temps mais j'ai regretté et je regrette encore qu'au fronton on ne puisse lire aussi Palais Granvelle. On voit Musée du Temps, on ne voit pas Palais Granvelle, il faut, à un moment donné, avant d'entrer à l'intérieur, faire savoir qu'il s'agit du Palais Granvelle, et au-delà quelles perspectives sur une utilisation plus forte de notre patrimoine Renaissance dans la Ville et sur l'ensemble de la région, sans compter également, pour repartir un peu plus loin dans l'histoire, la dimension archéologique, gallo-romaine qui à un moment donné avait été

envisagée comme une perspective de développement touristique qui n'est peut-être pas encore très très évoquée. Voilà ce que je voulais dire pour ce soir.

M. LE MAIRE : Je vous remercie. Le label unique ce n'est pas forcément une mauvaise idée. Je pense que ça effectivement c'est une chose sur laquelle on doit travailler, il faut que ce label soit un label de qualité. Il se trouve qu'hier j'ai rencontré le Maire de Belfort qui était à Besançon et nous avons reparlé d'un projet de créer un pass entre la Citadelle Haxo de Belfort qui n'est plus du pur Vauban et celle de Besançon. Je crois que des idées comme celle-là sont à creuser. On y travaille car le tourisme ne peut fonctionner que s'il est en réseau et qu'il a un label de qualité. Sur Victor Hugo effectivement on avance. Un chargé de mission va être désigné qui travaillera sous la responsabilité de l'Adjoint à la Culture, pour que ce dossier assez compliqué quand même, voie sa réalisation dans les deux ou trois ans. J'avais rencontré lors d'un congrès le Maire de Paris, Bertrand DELANOE. Il m'a répondu vendredi en me disant qu'il mettait à ma disposition deux conseillers de son cabinet pour travailler avec la Maison Victor Hugo. Nous avons aussi vous le savez, le patronage prestigieux de l'arrière petite-fille de Victor Hugo, Marie Hugo, donc là les choses avancent. Quant au Palais Granvelle qui n'est pas le plus beau palais du XXVIème siècle mais c'est le plus bel édifice public, je ne sais pas si l'on peut graver le nom sur la façade, on regardera cela. Sur le reste Jean-François répondra. Pour le label, un label Franche-Comté, un label qualité, je pense que là il y a quelque chose à faire.

Mme Catherine GELIN : Je voulais rappeler qu'au mois de juillet dernier, je vous avais écrit pour demander que le site de l'Office du Tourisme présente des pages en traduction de langues étrangères. En fait j'ai remarqué que depuis quelques mois ce site a évolué, qu'il a embelli, qu'il est beaucoup plus joliment fait qu'auparavant. J'oserais demander toutefois que des liens soient faits avec besancon.fr de façon à ce que les spectacles soient mieux connus et reconnus et que les services que l'on peut apporter au niveau des transports par exemple ou des stationnements, ou d'autres choses puissent être accessibles de façon interactive. J'avais une autre remarque à faire, concernant le Palais Granvelle je pense qu'il y a les petits sites des monuments historiques, il y a les plaques qui sont mises, il y en a une devant l'Hôpital Saint-Jacques, il y en a peut-être une à Granvelle, je ne sais pas, la signalétique...

M. LE MAIRE : Il y en a 100 Madame dans Besançon.

Mme Catherine GELIN : ...J'avais fait une réflexion il y a très peu de temps. On va accueillir des congrès, il y aura un tourisme d'affaires, les personnes qui se déplacent dans Besançon ont beaucoup de mal pour communiquer avec nous parce qu'ils ne connaissent pas forcément la langue, donc première suggestion, ce sont des petits translateurs pour se promener dans la ville avec des arrêts sur certains sites pour organiser des circuits, ce serait intéressant parce que là il n'y a rien, ni dans les musées ni à l'extérieur, je n'ai rien vu de tel. Par rapport au tourisme d'affaires également et aux congrès, j'aurais souhaité que l'on puisse développer en parallèle des services bancaires et économiques de façon à ce que ces touristes qui viendraient visiter la région, puissent éventuellement s'y installer et proposer de développer leurs entreprises chez nous. Pour une expérience récemment vécue avec un scientifique russe, invité de l'Université de Franche-Comté et qui a du mal aujourd'hui à ouvrir un compte à Besançon. Alors je pense qu'il s'agit peut-être de difficultés passagères mais je pense quand même qu'on peut améliorer cet accueil pour d'autres économies que celle du tourisme.

M. LE MAIRE : Je ne suis pas sûr qu'on puisse intervenir auprès des banques pour qu'elles ouvrent des comptes à des personnes étrangères.

Mme Catherine GELIN : Essayer de développer autre chose peut-être, d'être plus réactif.

M. Jean ROSSELOT : Monsieur le Maire, on est tout à fait dans un esprit constructif. Il faut évacuer des incompréhensions entre nous mais franchement, de bonne foi, vous dire de rechercher vite et concrètement l'ouverture en direction de l'Allemagne, des Franciliens avec des actions concrètes qu'il vous appartient évidemment de définir, est-ce de la destruction systématique ? Je ne le pense pas. Proposer de convertir à des fins touristiques ce bâtiment dont justement, encore une fois l'Université ne veut plus, est-ce que c'est de la destruction systématique ? Je ne le pense pas non plus. Englober dans une ville spécifiquement ce qu'on appelait les villes de marche de l'Est, on n'est pas la Côte d'Azur ni le Mont Blanc mais on a des choses que les autres n'ont pas, le rare fait le précieux en matière de tourisme,

englober la caractéristique de ville de marche de l'Est avec ses fortifications, ce n'est même pas repris dans le rapport, dans les 60 pages, est-ce que c'est faire de la destruction systématique ? Je ne le pense pas, honnêtement, de bonne foi, je ne le pense pas. Vous me dites d'arrêter de me répéter. Je ne vais pas y revenir mais sur un problème comme la Caserne de Vauban, votre seule réponse est une réponse de forme. Alors c'est vrai, je me répète mais apportez des réponses de fond aussi en disant par exemple : non, ça ne nous intéresse pas, ça n'a aucun intérêt, ça bouche la vue. Je vous ferai remarquer que le conseil de quartier de Montrapon, il y a deux ans, demandait déjà que l'on garde deux bâtiments. Voilà, je viens de citer quelques exemples Monsieur le Maire, franchement ce n'est pas de la destruction. Vous ajoutez aussi dans les journaux qu'il y a bien une opposition mais pas de propositions, il me semble qu'on fait quand même quelques propositions. Vous savez, vous n'y étiez pas contrairement à ce que vous dites, j'ai dîné avec les chefs d'entreprises chrétiens vendredi soir. Je leur ai demandé ce que vous leur aviez dit. Ils m'ont répondu que vous n'aviez pas été trop mauvais, que ça allait, on n'en a pas dit plus mais ne me dites pas que je ne suis systématiquement pas là où vous êtes...

M. LE MAIRE : Vous avez dîné avec qui ?

M. Jean ROSSELOT : Avec un commerçant en bestiaux d'Amiens et un industriel de Lyon, mais chez des particuliers justement qui effectivement...

M. LE MAIRE : Je ne les ai pas rencontrés, je ne sais pas comment ils ont pu vous dire ce que je leur avais dit.

M. Jean ROSSELOT : Ça m'étonnerait que vous ayez pu les voir un à un ! Ce qui me fait mal, je parle encore sous le contrôle de Jean-Claude ROY et de Michel LOYAT, c'est ce qu'a dit un homme aussi averti, expérimenté, des stratégies d'accueil en matière de tourisme à cette réunion qui a eu lieu à la Région au mois de janvier. Il a été brutal. Je le dis parce que je l'ai entendu, j'ai été surpris par le nom «terminus», pour les Franciliens, c'est ça. Il a même ajouté qu'il n'avait pas trouvé de place pour un congrès... ça m'interpelle, vous avez beau dire que je casse sur Besançon mais c'est le contraire, c'est parce que ça m'interpelle. La lucidité Monsieur le Maire, c'est la blessure la plus exposée au soleil et c'est comme ça que je prends les remarques qui sont faites sur la Ville de Besançon et que j'essaie d'en sortir. Ce que je n'arrive pas à comprendre c'est qu'une ville de 2 000 ans, voire plus si l'on remonte à l'oppidum gaulois, d'histoire successivement gallo-romaine, impériale, bourguignonne, française, royaliste d'abord avec votre Vauban à vous et républicaine ensuite, mon Vauban à moi, comment se fait-il qu'on en tire pas mieux parti ?

M. LE MAIRE : C'est quoi cette histoire de mon Vauban à moi et votre Vauban à vous ?

M. Jean ROSSELOT : Vous, vous avez Sébastien et moi j'ai le Vauban de la république, la caserne !

M. LE MAIRE : Je vais vous répondre Monsieur ROSSELOT, si vous me laissez parler. On n'est pas forcément ici pour se faire plaisir, on est ici pour parler de l'avenir de la Ville. J'ai décidé avec Michel LOYAT de confier à Nicolas MICHELIN, un des dix plus grands architectes français actuels, la responsabilité de réfléchir à un plan d'urbanisme sur la Caserne Vauban. Ça avance très bien. Nous l'avons présenté il y a quelques temps aux habitants du quartier où d'ailleurs nous avons eu un très très bon accueil, je ne vous y ai pas vu mais il y avait pas loin de 200 personnes. Nicolas MICHELIN nous a expliqué par écrit, et la prochaine fois que vous interviendrez, je vous lirai sa lettre, pourquoi il fallait détruire cette caserne-là. Lorsque vous aurez eu cette analyse de quelqu'un qui compte au niveau de l'architecture française, peut-être qu'enfin nous ne passerons pas des heures à parler de cela qui devient votre marotte.

M. Jean ROSSELOT : On n'y passe pas des heures !

M. LE MAIRE : Je vous donnerai lecture de cette lettre la prochaine fois que vous interviendrez, ce qui ne manquera certainement pas de se produire et ensuite j'espère que nous en aurons terminé avec cette affaire et que nous pourrons passer à autre chose parce que ça finit par lasser beaucoup de monde.

M. Jean-Claude ROY : Jean ROSSELOT m'a cité deux fois en faisant référence à des réunions qui ont lieu dans le cadre du club TGV. J'étais à toutes, Jean, et à l'une de ces réunions de travail thématique, le club accueillait des témoignages venant de la vallée du Rhône et notamment de villes qui ont accueilli le TGV Méditerranée, Valence et Aix-en-Provence pour ne citer que ces deux villes-là. Ils évoquaient notamment, ce que Jean-François GIRARD a noté dans son rapport le nombre de nuitées supplémentaires, ce n'est pas paradoxal de souligner que dans ce cadre-là il y a bien une augmentation de nuitées liée au TGV. Il y a un tourisme ferroviaire qui se développe et la grande vitesse est un des instruments, qui avec ses connexions avec les trains régionaux, avec les transports urbains, avec les modes doux dans les villes, permet de promouvoir un nouveau système de déplacement qui génère en moyenne entre 10 et 15 % de nuitées supplémentaires en centre-ville. Le Maire l'a précisé tout à l'heure, avec son corollaire, avec les pass, pass transport public, pass découverte, pass musées c'est un système qui aujourd'hui a la cote. Et ils nous ont dit aussi, à la connaissance de ce qui se fait à travers ce schéma touristique qui associe le Grand Besançon et la Ville de Besançon, que nous avons des atouts incomparables en accueillant en décembre 2011 la grande vitesse au cœur de la cité par le système ferroviaire que nous avons conçu par anticipation de l'arrivée de la LGV. Car nous ne sommes pas restés les deux pieds dans le même sabot ; nous avons anticipé assez tôt pour accueillir, ancrer la grande vitesse ferroviaire au cœur de la capitale comtoise avec des connexions avec le tram, avec les trains régionaux, avec les transports publics du Département, bref, l'ensemble des systèmes qui s'harmonisent, qui se complètent et nous avons dans ce cadre-là des atouts qu'ils nous ont dit incomparables.

M. LE MAIRE : Pour terminer, avant de passer la parole à Jean-François pour qu'il conclue, je voudrais dire que nous nous préoccupons tellement peu de l'accueil TGV et la Ville est tellement mauvaise qu'à la demande de la SNCF, c'est la Ville et en l'occurrence le Directeur Général des Services qui va animer le club avec Bernard GARNIER, Président du groupe VELUX.

M. Jean ROSSELOT : Je suis désolé, j'ai oublié de citer M. AYACHE.

M. LE MAIRE : Monsieur ROSSELOT, le problème n'est pas de citer ou pas M. AYACHE. Je vous dis simplement que nous avons bien compris l'importance de l'arrivée de la LGV dans notre ville. Par ailleurs, vous déformez les propos de la personne dont vous avez parlé lors de votre intervention, Pierre MESSULAM qui est directeur du projet TGV Rhin-Rhône à la SNCF. Il a dit qu'il avait effectivement eu des difficultés pour organiser un congrès, en raison de problème d'hôtellerie mais il n'a pas dit que Besançon était le bout du monde, que c'était «un trou». Ce n'est pas ça qu'il a dit, d'ailleurs un haut fonctionnaire comme lui se garderait bien, dans une réunion publique, de dire des choses de ce niveau. On est tellement mauvais d'ailleurs que, après ce congrès de 1 200 chefs d'entreprises chrétiens, nous allons l'année prochaine accueillir le congrès national de l'UNAPEI, l'Union Nationale des Associations de Parents d'Enfants Inadaptés où il y aura plus de 2 000 personnes et d'autres congrès tout aussi importants. Vous pourriez dire que nous ne sommes pas parfaits, qu'il y a des marges de progrès et travailler avec nous pour progresser, mais systématiquement vous vous montrez négatif !

M. Jean-François GIRARD : Je vais rapidement faire le tour des questions. A Edouard SASSARD qui est relativement constructif et qui apporte des idées à mon moulin, j'aimerais quand même dire que c'est un schéma, un cadre d'orientation et que bien évidemment son chiffrage sera annuel. On va vous proposer des actions annuelles et ces actions seront évaluées. Par ailleurs, en annexe, vous avez des éléments chiffrés qui sont relativement redondants. Je ne peux pas, sur un plan d'orientation général, vous donner plus, c'était déjà relativement exhaustif.

Monsieur ROSSELOT, qui ne participe à aucune réunion de la Commission Tourisme et Culture, se permet de confondre plan tourisme et plan urbanisme. Je ne vois pas où est le problème. Je voudrais simplement lui dire qu'on ne va pas faire venir des Allemands ou des Suisses pour visiter les fortifications autour de la Citadelle. On va faire venir des Allemands sur l'Euro vélo route, parce qu'il y a un vrai potentiel à Besançon. Par ailleurs, quand on regarde sur le Nord, Monsieur ROSSELOT et j'en ai déjà parlé, on parle de la Chapelle de Ronchamp. Moi qui suis né au bord de l'Ognon, je ne vois pas ce qu'on peut faire au bord de l'Ognon... et, si vous connaissiez un peu l'histoire de l'Office du Tourisme, vous sauriez que le Château de Moncley est proposé depuis 30 ans à la visite par cet Office du Tourisme. Alors on peut aussi le prendre en photo, on aurait aussi pu mettre tous les petits châteaux de la région sur notre DVD, je ne

pense pas cela lui aurait apporté une plus-value. En réponse à M. GONON, son amour immodéré de la Citadelle je le partage bien évidemment et notre schéma pour les prochaines années à la Citadelle est un schéma ambitieux, redonner toute sa stature à cette Citadelle qui a besoin d'un lifting, ça on le sait et c'est en cours, d'une dévégétalisation pour une mise en valeur paysagère, c'est en cours aussi, un vrai projet qui mettra à égalité le pôle nature et le pôle on va dire culturel muséal avec un musée de l'histoire, je pense que c'est un véritable projet et celui-là existe. Alors bien évidemment il va évoluer progressivement avec les années. On va évoluer tous ensemble avec des propositions que M. ROSSELOT nous fera dans les prochaines réunions de la Commission Tourisme et Culture. Considérez ça comme un vrai schéma, comme un cadre de travail. Les commissions de travail, je vous l'ai dit, vont se mettre en route, on va budgétiser nos actions, on va vous rendre compte au fur et à mesure de ce schéma. J'ajouterai que depuis deux ans, on ne s'est pas croisé les doigts, et le Maire et moi-même avons rencontré beaucoup de personnes qui potentiellement voulaient organiser des congrès et ça s'est très bien passé. Le congrès d'il y a deux jours est un élément positif. Il y aura celui de l'UNAPEI et au mois d'août, pendant une semaine un congrès de 1 200 personnes, celui de la Société Française de Mécanique. Faire venir en plein mois d'août, pour faire travailler les professionnels du centre-ville qui d'ailleurs, et je vous le redis, ne tarissent pas d'éloges à l'égard, pas de l'Adjoint mais de l'Office du Tourisme qui travaille beaucoup pour le centre-ville, qui travaille pour que cette ville avance, dans un projet qui associe marketing ambitieux et communication, faire venir, donc 1 200 personnes en plein mois d'août, ce n'est quand même pas rien, quand on sait que ces gens étaient partis pour aller faire leur congrès à Lyon ou à Bordeaux.

M. LE MAIRE : Je dois d'ailleurs signaler que Jérôme CART, président des Commerçants, a adressé à l'Office du Tourisme une lettre qui nous a fait chaud au cœur pour remercier, féliciter, pour la qualité du travail qui avait été fait. Ça ce sont des choses qui sont positives.

M. Edouard SASSARD : Simplement pour expliquer le vote, on va s'abstenir parce qu'il y a quand même cette seconde partie sur laquelle je me suis permis d'insister, même si je comprends que ça va arriver petit à petit, reste qu'il y a quand même 30 M€ d'engagés pour la Ville et qu'on doit être vraiment vigilant sur cet argent utilisé et les conséquences en terme d'emploi, nous y serons attentifs.

M. Jean-François GIRARD : Simplement cette évaluation économique dépend aussi du Conseil Régional, donc du CRT et de l'INSEE, et ce sont des renseignements qu'on aura avec un an de retard mais je vous le promets, vous aurez une évaluation de nos résultats en terme de fréquentation touristique et d'amélioration de la consommation sur la ville.

M. LE MAIRE : Sachant que c'est toujours très difficile car cela dépend beaucoup des actions mais aussi beaucoup du temps, de la saison, mais c'est important qu'on évalue».

Après en avoir délibéré, et sur avis favorable unanime de la Commission n° 6, le Conseil Municipal, à l'unanimité des suffrages exprimés (7 abstentions du Groupe UMP et Apparentés : M. Jean ROSSELOT, M. Pascal BONNET, M. Edouard SASSARD, M. Michel OMOURI, Mme Catherine GELIN, Mme Elisabeth PEQUIGNOT, Mme Martine JEANNIN), adopte les propositions du Rapporteur.

Récépissé préfectoral du 26 mars 2010.