

31 - Besançon Tourisme et Congrès - Subventions 2013 et 2014 - Avenants n° 5 et 6 à la convention de partenariat

M. FOUSSERET, Maire, Rapporteur : Il est proposé au Conseil Municipal de se prononcer sur l'attribution des subventions 2013 et 2014 à l'Association Besançon Tourisme et Congrès :

A - Attribution de subventions au titre de l'année 2013 - Avenant n° 5 à la convention de partenariat

Dans le cadre de la convention quinquennale du 23 décembre 2009 qui fixe les relations entre la Ville de Besançon et l'Association Besançon Tourisme et Congrès (BTC, nouvelle dénomination de l'Office de Tourisme et des Congrès) la Ville alloue une subvention de fonctionnement complétée par le reversement du produit de la taxe de séjour qui permet à BTC de pourvoir à ses missions d'accueil, d'information, de promotion, de commercialisation et d'observation telles qu'elles sont prévues dans les dispositions de la loi n° 92-1341 du 23 décembre 1992. Outre ces missions traditionnelles, BTC s'emploie à mettre en œuvre les actions du schéma de développement touristique 2010-2016 Ville-CAGB le concernant.

En application de l'article 7 de la convention, le montant de la subvention de fonctionnement est défini dans un avenant annuel qui tient compte notamment :

- des projets d'actions à court, moyen et long terme proposés par l'Association,
- des éléments retenus par la Ville dans le programme annuel d'actions proposé par la structure et le budget prévisionnel correspondant,
- des efforts entrepris par l'Association pour rechercher des financements autres que municipaux.

En 2013, la subvention de 647 269 € initialement prévue au BP 2013 (637 269 € au titre de la subvention annuelle et 10 000 € au titre d'une opération ponctuelle marketing à Wuppertal en Allemagne) est ramenée à 641 269 €. Cette modification fait l'objet de l'avenant n° 5 à la convention de partenariat du 23 décembre 2009.

B - Plan d'actions et subvention au titre de l'année 2014

Dans le cadre de la concertation annuelle, BTC nous présente son plan d'actions 2014. Ce plan d'actions, qui requiert un budget de 903 937 € : moyens généraux et dépenses en actions, reconduit des actions de 2013 et fait apparaître des opérations nouvelles, comme suit :

1 - Accueil

Assurer un accueil professionnel de qualité des visiteurs et touristes dans des espaces adaptés et conformément aux normes du classement de BTC en 1^{ère} catégorie.

La Ville et BTC ont créé ces dernières années plusieurs espaces d'accueil pérennes ou temporels :

- antenne de BTC à l'Hôtel de Ville depuis 2009 avec une augmentation des visiteurs,
- les étés 2009, 2010, 2011, 2012 : dispositif d'accueil sur les lieux stratégiques : montée de la Citadelle, gare Viotte, parking Battant (ambassadeurs BTC allant à la rencontre des touristes),
- présence de BTC au corps de garde de Chamars en juillet et août 2010 et 2011 pour l'ouverture de la billetterie de la Citadelle,
- dispositif d'accueil ponctuel à Micropolis lors de congrès importants,

- présence en gare Viotte et gare de Besançon Franche-Comté TGV pour l'accueil de congressistes ou groupes de touristes.

Dans le même temps, BTC a réduit les horaires d'ouverture sur son site principal à Micaud pour des raisons budgétaires et faute de moyens humains, et il a même fermé ce site 4 mois en hiver. Pour les mêmes raisons, BTC n'est plus présent sur le parking d'accueil touristique (véhicule et cars de tourisme) déplacé à La Rodia pendant les travaux du tram.

Les changements de comportements des visiteurs posent la question de la pertinence de plusieurs lieux d'accueil et du bon choix de leur localisation.

Il est demandé au directeur d'analyser ces changements et de proposer un schéma d'accueil rationnel, accompagné des moyens affectés à l'organisation en ressources humaines, en moyen technique et en moyen budgétaire.

2 - Plan marketing

La Ville demande à BTC d'élaborer un plan marketing et de positionner Besançon sur les marchés touristiques, l'objectif étant de déclencher des séjours sur le territoire et d'augmenter la fréquentation touristique et les retombées économiques.

La stratégie marketing, qui définit la segmentation et le profil des cibles (les marchés domestiques et étrangers, les principales cibles prioritaires : familles, seniors, célibataires... et les plans d'actions mis en œuvre (workshops, salons, éductours, mailing, réseaux internet, presse, éditions) s'inscrit bien sûr dans le cadre de la réflexion de l'élaboration du plan marketing du CRT de Franche-Comté et vient en complément et en renforcement.

Il est demandé à BTC de proposer une stratégie marketing avec les moyens financiers et humains nécessaires.

3 - Communication

Dans le cadre de la stratégie de communication et de la charte graphique de la Ville, BTC élabore sa propre campagne de communication à travers des outils comme la documentation touristique et les moyens de communication numérique.

BTC s'engage à produire un plan de communication pour 2014.

4 - Tourisme d'affaires

Conforter le tourisme d'affaires et de congrès est une action inscrite dans le schéma de développement touristique, visant à augmenter le nombre de congrès, de congressistes et des nuitées congressistes et accompagnants.

Besançon-congrès qui joue le rôle de guichet unique des congrès s'emploie à renforcer l'offre des professionnels clés autour de la «destination Besançon-congrès». A cette fin, il prospecte sur les salons professionnels, le Web, via des éductours, des workshops locaux.

Il s'est doté récemment d'outils de prospection (document recensant l'ensemble de l'offre congrès, mallettes, stand, documentation papier et clé USB) et communique via les réseaux de communication de France-Congrès.

Actuellement Besançon-Congrès travaille à l'élaboration d'un plan d'actions s'appuyant sur :

- une définition de l'offre spécifique congrès de Besançon,
- un choix de cibles : horlogerie, micro technologie, santé, social, bien-être, environnement, transport, patrimoine, culture,
- un choix de période propice où le taux de disponibilité hôtelière est le plus important - la taille du congrès,
- des objectifs sur les prospects et le nombre de congrès,
- une charte d'accueil et d'engagement des professionnels bisontins du tourisme d'affaires.

Il est demandé à BTC de présenter, dans le rapport d'activité, ce plan d'actions et les moyens requis pour le mettre en œuvre.

5 - Observatoire

Les élus, dans le cadre du schéma de développement touristique adopté en 2010, ont confié à BTC la création et le pilotage d'un observatoire du tourisme.

L'observatoire du tourisme doit permettre de :

- connaître la fréquentation, les caractéristiques et les comportements de la clientèle touristique de Besançon,
- évaluer l'impact des actions de promotions et de communication,
- mieux orienter le plan marketing et les investissements,
- convaincre les partenaires institutionnels publics et privés financiers,
- aider plus efficacement et mobiliser les prestataires et partenaires touristiques,
- comprendre comment fidéliser la clientèle,
- calculer l'évolution du poids du tourisme.

Les outils à mettre en place sont de trois ordres :

- des indicateurs qualitatifs,
- des outils d'observation qualitative : enquêtes de satisfaction, outils de collecte des avis,
- et suggestions, traitement dynamique des cahiers de réclamation.

BTC s'est engagé à produire 5 bulletins de diffusion des résultats par an.

- 1) bulletins sur les fréquentations trimestrielles
- 2) note de conjoncture de l'été (15 juin-31 août) présentée début septembre.
- 3) bilan de l'été sur 4 mois (juin-juillet-août-septembre).
- 4) bulletin sur la fréquentation annuelle et sur le poids économique du tourisme, intégré au bilan annuel.

BTC nous présente pour 2014 un budget prévisionnel général (dépenses de fonctionnement et plan d'actions) de 1 401 500 € pour lequel la Ville est sollicitée à hauteur de 616 269 €. Cette subvention conjuguée au reversement du produit de la Taxe de Séjour prévu en 2014 pour 300 000 € devrait permettre à BTC de répondre à l'ensemble de ses missions. Par ailleurs elle devrait permettre à BTC de pouvoir développer les actions d'animation et de partenariat avec l'ensemble des acteurs institutionnels.

En 2013 il a été demandé à BTC de présenter un budget analytique et de compléter sa présentation par un tableau de bord qui permette un suivi régulier des indicateurs de gestion. Le tableau de bord reprend les objectifs généraux des pôles de BTC (accueil, promotion, production, commercialisation, communication, tourisme d'affaires et observatoire), ces objectifs sont déclinés en actions pour lesquelles BTC propose des indicateurs de moyens (Ressources Humaines et Budget), des indicateurs de résultat, de qualité, de satisfaction, la valorisation des prestations Ville, et l'impact de ces actions quand il est possible de donner ce dernier renseignement. Il est rappelé à BTC de produire et de joindre le tableau de bord complété de ses indicateurs chiffrés au bilan d'activités de BTC qui sera présenté en avril 2014.

Pour permettre à Besançon Tourisme et Congrès de mettre en œuvre ces actions, il est proposé de lui attribuer une subvention de 616 269 € pour 2014, laquelle fait l'objet de l'avenant n° 6 à la convention de partenariat Ville/BTC du 23 décembre 2009.

En cas d'accord, cette somme sera prélevée sur la ligne 65.95/6574.0089053 CS 10036 et versée en plusieurs fois sur appel de fonds de BTC.

Propositions

Le Conseil Municipal est invité :

- à se prononcer sur l'attribution à Besançon Tourisme et Congrès d'une subvention de 641 269 € au titre de 2013 et de 616 269 € au titre de 2014

- à autoriser M. le Maire à signer les avenants n° 5 et 6 à la convention quinquennale du 23 décembre 2009.

«M. LE MAIRE : Il n'y a pas de remarques ? C'est adopté».

Après en avoir délibéré et sur avis favorable unanime de la Commission n° 6, le Conseil Municipal, à l'unanimité des suffrages exprimés, décide d'adopter les propositions du Rapporteur.

M. GIRARD et M. MONNEUR n'ont pas pris part au vote.

Récépissé préfectoral du 5 décembre 2013.