

**Convention annuelle 2023 - Subvention de fonctionnement
entre Gironde Tourisme et Bordeaux Métropole**

Entre les soussignés

L'Agence de Développement Touristique de la Gironde, régie par la loi du 1^{er} juillet 1901, dont le siège social est situé Immeuble Gironde, 1 et 4 terrasse du 8 mai 1945 – CS 92015 – 33076 Bordeaux, représentée par sa Présidente Karine Desmoulin
ci-après désignée « organisme bénéficiaire »

Et

Bordeaux Métropole, dont le siège social est situé Esplanade Charles de Gaulle – 33045 Bordeaux cedex, représentée par son Président, Alain Anziani, dûment habilité aux fins des présentes par délibération n° 2023/ du Conseil de Bordeaux Métropole du 26 mai 2023 **ci-après désignée « Bordeaux Métropole »**

PRÉAMBULE

Bordeaux Métropole a retenu, dans le cadre de ses compétences en matière de tourisme, le programme d'actions initié et conçu par l'organisme bénéficiaire, décrit à l'Annexe 1_Actions 2023, laquelle fait partie intégrante de la convention.

Ce projet est conforme à l'objet statutaire de l'organisme bénéficiaire.

En application de l'article 10 de la loi n° 2000-32 1 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations et de l'article 1^{er} du décret d'application n° 2001-495 du 6 juin 2001, une convention s'impose pour tout financement public aux organismes de droit privé supérieur à 23 000 €.

ARTICLE 1. OBJET ET TEMPORALITÉ DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet de définir les conditions dans lesquelles Bordeaux Métropole attribue une subvention à l'organisme bénéficiaire pour l'année **2023**.

L'organisme bénéficiaire s'engage à son initiative et sous sa responsabilité à mettre en œuvre, en cohérence avec les orientations de politique publique mentionnées au préambule, le programme d'actions décrit à l'annexe 1_Actions 2023.

Dans ce cadre, Bordeaux Métropole contribue financièrement à ce projet et n'attend aucune contrepartie directe de cette contribution.

ARTICLE 2. CONDITIONS DE DÉTERMINATION DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole s'engage à octroyer à l'organisme bénéficiaire une subvention plafonnée à 180 000 €, équivalent à 6.96 % du montant total estimé des dépenses éligibles (d'un montant

de 2 584 300 €), conformément au budget prévisionnel figurant en Annexe 2.

Cette subvention est non révisable à la hausse.

Dans l'hypothèse où la subvention accordée est inférieure à la subvention demandée par l'organisme, il appartient à ce dernier de trouver les recettes nécessaires à l'équilibre du budget prévisionnel.

Dans l'hypothèse où les dépenses réelles seront inférieures au montant des dépenses éligibles retenu, le montant définitif de la subvention sera déterminé par application de la règle de proportionnalité suivante :

$$\text{Subvention définitive} = \frac{\text{Dépenses réelles} \times \text{Subvention attribuée}}{\text{Montant des dépenses éligibles}}$$

Ce calcul sera effectué au regard du compte rendu financier que l'organisme bénéficiaire devra transmettre à Bordeaux Métropole selon les modalités fixées à l'article 5.

ARTICLE 3. CONDITIONS D'UTILISATION DE LA SUBVENTION

La subvention accordée devra être utilisée conformément à l'objet défini en préambule. Toute contribution inutilisée ou non utilisée conformément à son objet devra être remboursée.

Par ailleurs, selon les dispositions prévues à l'article L.1611-4 du Code général des collectivités territoriales (CGCT), il est interdit à tout groupement ou à toute association, œuvre ou entreprise ayant reçu une subvention d'en employer tout ou partie en subventions à d'autres associations, œuvres ou entreprises, sauf lorsque cela est expressément prévu dans la convention conclue entre la collectivité territoriale et l'organisme subventionné.

ARTICLE 4. MODALITÉS DE VERSEMENT DE LA SUBVENTION

Bordeaux Métropole procèdera au versement de la subvention selon les modalités suivantes :

- 70%, soit la somme de 126 000 €, après la signature de la présente convention
- 30%, soit la somme de 54 000 € après les vérifications réalisées par Bordeaux métropole conformément à l'article 5, somme qui peut être revue à la baisse en vertu des conditions définies à l'article 2.

La subvention sera créditée au compte de l'organisme bénéficiaire selon les procédures comptables en vigueur.

ARTICLE 5. JUSTIFICATIFS

Pour pouvoir prétendre au versement du solde de la subvention, l'organisme bénéficiaire s'engage à fournir dans les six mois de la clôture de l'exercice comptable et au plus tard le 31 août 2024, dans le respect des dispositions du droit interne et du droit communautaire :

- un compte rendu financier, signé par la Présidente ou toute personne habilitée, et conforme à l'arrêté du 11 octobre 2006 pris en application de l'article 10 de la loi n°2000-321 du 12 avril 2000 relative aux droits des citoyens dans leurs relations avec les administrations. Ce document retrace de façon fiable l'emploi des fonds alloués pour l'exécution des obligations prévues dans la présente convention. Il est accompagné d'un compte rendu quantitatif (notamment le budget financier définitif « signé » faisant

apparaître les écarts entre le prévisionnel et le réalisé) et qualitatif du programme d'actions comprenant a minima les éléments mentionnés à l'Annexe 3.

- le rapport général et le rapport spécial sur les conventions règlementées du commissaire aux comptes accompagnés des comptes annuels signés et paraphés par le commissaire aux comptes (bilan, compte de résultat, annexes aux comptes annuels) prévus par l'article L.612-4 du code de commerce.
- le rapport d'activité ou rapport de gestion.

À défaut de communication des documents susmentionnés, auprès de Bordeaux Métropole dans les délais impartis, l'organisme est réputé renoncer au versement du solde de la subvention.

ARTICLE 6. AUTRES ENGAGEMENTS

- L'organisme bénéficiaire communique sans délai à Bordeaux Métropole la copie des déclarations mentionnées aux articles 3, 6 et 13-1 du décret du 16 août 1901 portant réglementation d'administration publique pour l'exécution de la loi du 1^{er} juillet 1901 relative au contrat d'association.
- L'organisme bénéficiaire fournit la copie de toute nouvelle domiciliation bancaire.
- En cas d'inexécution ou de modification des conditions d'exécution et de retard pris dans l'exécution de la présente convention par l'organisme bénéficiaire, pour une raison quelconque, celui-ci doit en informer Bordeaux Métropole sans délai par lettre recommandée avec accusé de réception.
- Respect des règles de la concurrence : l'organisme bénéficiaire pourra être soumis aux directives communautaires de coordination des procédures de passation des marchés publics dans la mesure où celui-ci répondrait à la définition de « pouvoir adjudicateur » ou « d'entité adjudicatrice » au sens du droit communautaire

ARTICLE 7. CONTROLES EXERCÉS PAR BORDEAUX MÉTROPOLE

L'organisme bénéficiaire s'engage à faciliter le contrôle par Bordeaux Métropole, tant d'un point de vue quantitatif que qualitatif, de la réalisation des actions prévues, de l'utilisation de la subvention attribuée et de façon générale de la bonne exécution de la présente convention.

Bordeaux Métropole peut demander le cas échéant, toute explication ou toute pièce complémentaire qu'elle juge utile quant à l'exécution de l'action subventionnée.

Sur simple demande de Bordeaux Métropole, l'organisme bénéficiaire devra lui communiquer tous les documents utiles de nature juridique, fiscale, sociale, comptable et de gestion.

En vertu des dispositions de l'article L.1611-4 du CGCT, Bordeaux Métropole pourra procéder ou faire procéder par des personnes de son choix aux contrôles qu'elle jugerait utiles pour s'assurer de la bonne utilisation de la subvention et de la bonne exécution de la présente convention.

À cette fin, l'organisme bénéficiaire conserve les pièces justificatives de dépenses pendant 10 ans pour tout contrôle effectué a posteriori.

ARTICLE 8. ASSURANCES ET RESPONSABILITÉS

L'organisme bénéficiaire exerce les activités rattachées à la présente convention sous sa responsabilité exclusive.

L'organisme bénéficiaire s'engage à souscrire toutes les polices d'assurances nécessaires pour garantir sa responsabilité et pour que la responsabilité de Bordeaux Métropole ne puisse être recherchée.

Il devra être en capacité de produire à tout moment à Bordeaux Métropole les attestations d'assurance correspondantes.

ARTICLE 9. COMMUNICATION

L'organisme bénéficiaire s'engage à mentionner le soutien apporté par Bordeaux Métropole (notamment en apposant le logo de Bordeaux Métropole) sur les documents destinés au public, ainsi qu'à l'occasion de toute manifestation publique ou opération médiatique qui pourrait être organisée par ses soins.

Il s'engage par ailleurs à ce que les relations qu'il pourra développer en direction des partenaires privés ou publics, dans le cadre d'opérations de mécénat ou de parrainage, ne puissent en aucune manière porter atteinte à l'image de Bordeaux Métropole ou laisser entendre, sauf autorisation expresse de sa part, que Bordeaux Métropole apporte sa caution ou son soutien à ce partenaire.

ARTICLE 10. SANCTIONS

En cas d'inexécution ou de modification substantielle et en cas de retard des conditions d'exécution de la convention par l'organisme bénéficiaire sans l'accord écrit de Bordeaux Métropole, cette dernière peut exiger le reversement de tout ou partie des sommes déjà versées au titre de la présente convention, diminuer ou suspendre le montant de la subvention, après examen des justificatifs présentés par l'organisme et avoir préalablement entendu ses représentants. Bordeaux Métropole en informe l'organisme par écrit.

ARTICLE 11. AVENANT

La présente convention ne peut être modifiée que par avenant signé par les deux parties. Les avenants ultérieurs feront partie de la présente convention et seront soumis à l'ensemble des dispositions qui la régissent.

ARTICLE 12. CONTENTIEUX

Les difficultés qui pourraient résulter de l'application de la présente convention feront l'objet, préalablement à toute procédure, d'une conciliation à l'amiable devant un tiers choisi par les deux parties.

En dernier ressort, les litiges qui pourraient s'élever entre les parties au sujet de l'exécution de la présente convention seront soumis au tribunal administratif de Bordeaux.

ARTICLE 13. ÉLECTION DE DOMICILE

Les notifications ou mises en demeure faites entre les parties au titre des dispositions de la présente convention sont valablement effectuées par lettre recommandée avec avis de réception, adressée à leur domicile respectif dans le ressort de l'exploitation.

Pour l'exécution de la présente convention et de ses suites, les parties font élection de domicile :

Pour Bordeaux Métropole :

Monsieur le Président de Bordeaux Métropole
Esplanade Charles de Gaulle
33045 Bordeaux cedex

Pour l'organisme bénéficiaire :

Madame la Présidente de Gironde Tourisme
Immeuble Gironde
1 et 4 Terrasse du 8 mai 1945
CS 92015
33076 Bordeaux

PIÈCES ANNEXES

Les pièces suivantes sont annexées à la présente convention :

- Annexe 1 : Actions 2023
- Annexe 2 : Budget prévisionnel
- Annexe 3 : Modèle de compte-rendu qualitatif et financier

Fait à Bordeaux, le _____, en 3 exemplaires

Signatures des partenaires

Pour Bordeaux Métropole
La Vice-présidente
Brigitte Bloch

Pour Gironde Tourisme,
La Présidente
Karine Desmoulin



Annexe 1 - **Plan d'actions 2023**

1. OBSERVATOIRE

Outil d'information et d'aide à la décision pour tous les acteurs publics et privés, l'observatoire de Gironde Tourisme a pour vocation d'apporter une meilleure connaissance des filières et des marchés touristiques de la Gironde. Il collecte, interprète et restitue des données essentielles sur l'économie touristique départementale: données quantitatives (offre et fréquentation, retombées économiques) et qualitatives (connaissance des clientèles).

Nourrie des données d'observation, complétées par une activité de veille, la mission stratégie accompagne les territoires et collectivités dans leurs démarches de développement touristique.

Plan d'actions 2023:

- Reconduction des travaux pérennes : enquêtes hébergements avec l'INSEE et le Comité Régional du Tourisme Nouvelle Aquitaine, données Air DNA, conjoncture estivale, publications notes de conjoncture mensuelles, bilans de saison/bilan annuel, parc d'hébergement, chiffres clés.
- Réalisation d'une trentaine de publications annuelles
- Fourniture de données aux territoires et socio-professionnels
- Webinaires sur les tendances sociologiques / profils et consommations des clientèles

2. CLASSEMENT, LABELLISATION, QUALITÉ, TOURISME RESPONSABLE

Le pôle Qualité, labellisations et tourisme responsable accompagne les propriétaires de meublés et de chambres d'hôtes depuis la naissance d'un projet (informations réglementaires, fiscales, urbanisme, positionnement commercial) jusqu'au classement pour les meublés (organisme agréé) et la qualification Chambre d'hôtes Référence pour les maisons d'hôtes. Il accompagne également tous les prestataires touristiques sur le thème de l'accessibilité pour les personnes en situation de handicap, jusqu'à la marque nationale Tourisme et Handicap. Dans le cadre d'une convention pluriannuelle avec l'Ademe, le pôle déploie un accompagnement global sur les éco-certifications. Depuis 2021, le pôle déploie également un accompagnement spécifique au Fonds du Tourisme Durable, en tant que partenaire territorial de l'Ademe.

Plan d'actions 2023 :

1. Maintenir notre investissement sur nos actions de qualification de l'offre, conserver notre part de marché sur le classement des meublés de tourisme,
2. Participer à la réflexion collective sur les services d'ingénierie de Gironde tourisme
3. Amplifier nos actions sur le tourisme responsable

Qualification de l'offre et Ingénierie :

Actions maintenues : organisation des visites de classement en coordination avec les OT, visites et instruction des dossiers, suivi et mise à jour de Sirtaqui, en coordination avec le pôle Communication mise en avant de locations spécifiques. Accompagnement de porteurs de projet.

Réflexion interne sur la **gamme de services d'ingénierie** à mettre en place : livrables, outils de communication, organisation des ressources humaines, formation...

Tourisme responsable :

Accessibilité des personnes en situation de handicap

- Maintien du déploiement de la marque nationale Tourisme et Handicap
- Labellisation T&H d'itinéraires de promenade/randonnées, travail avec la métropole de Bordeaux et la FFRP et travail sur les Pistes de Robin avec le pôle Itinérance,

- Mise en accessibilité des sites internet de Gironde Tourisme; accompagnement des OT et de prestataires labellisés Tourisme et Handicap avec le pôle Communication
- En coordination avec la **mission Gironde 100% inclusive** :
 1. Constituer un groupe d'utilisateurs composé de personnes en situation de handicap, de parents, de jeunes (scolarisés ou insérés dans la vie active) et de professionnels du secteur médico-social afin de les associer aux projets à mener. Lancer un appel à participation via les réseaux et les associations dans un premier temps,
 2. Travail sur la mise en accessibilité des ENS avec le service Environnement (déjà engagé),
 3. Concevoir un événement grand public dans le cadre des Journées nationales Tourisme et Handicap (avril 2023) de façon à promouvoir des territoires accessibles. Première année avec deux destinations pilotes,
 4. Initier un rapprochement avec les services Communication GT et CD afin d'étudier les meilleures pratiques et canaux de diffusion en direction des publics en situation de handicap. Magazine Gironde Mag, réseaux sociaux, plateforme d'avis...

Tourisme solidaire :

Accompagnement des acteurs du Tourisme social et solidaire pour co-construire des dispositifs de facilitation du départ en vacances et de préparation du séjour en direction de publics éloignés (partenariats DGAS & Vacances Ouvertes)

Animation du groupe de travail tourisme solidaire (DGAS, CAF, ANCV, OTCBM, Entre-deux-Mers Tourisme, PNRLG, UNAT, Vacances Ouvertes)

- Mise en place de la formation-action année 3 (suivi financement CAF, rôle intermédiaire commercial de GT),
- Mise en place d'une fiche-action avec la MITS (mission d'ingénierie au travail social) et présence à des rendez-vous "vacances familles" + éducteurs destinés aux travailleurs sociaux, (collaboration avec les OT)
- Animation de la convention avec l'ANCV : promotion des chèques vacances auprès des pros, organisation avec la DGAS de temps d'information des travailleurs sociaux sur les dispositifs, remontée d'offres pour Bourse Solidarité Vacances

Tourisme environnemental :

Élaboration d'une nouvelle convention 2023/2026 avec l'Ademe qui encadre et soutient financièrement toutes nos actions

- Renforcer notre communication en direction des territoires et des professionnels
- Volet Fonds du tourisme durable :

- Maintien de l'accompagnement des hébergeurs (en complément de l'intervention des partenaires filières)
- Volet écocertifications :
 NF Environnement : faire fructifier les efforts engagés en 2022 auprès de la filière oeno et du réseau de sites "les iconiques"
 Ecolabel européen : rapprochement du SDHPA et de l'UMIH
 Prise en compte de démarches complémentaires : La Clef Verte

Co-animation de la démarche RSE avec Nathalie Clauzel

Classement Qualité Tourisme des offices de tourisme :

Accompagnement des offices de tourisme de Gironde + 5 OT hors Gironde (4 en Dordogne et 1 en Lot et Garonne) pour l'élaboration du dossier de classement de l'office de tourisme, labellisation Générosité de l'Accueil, préparation à la marque Qualité Tourisme : mise en place, audits blancs puis suivi.

Gironde tourisme anime le Club Qualité Gironde. Ce club pilote un ensemble d'**actions d'animation collective de la démarche qualité** des offices de tourisme, qu'ils soient marqués Qualité Tourisme ou pas, notamment : un café visio / trimestre, une journée annuelle de rencontre, un groupe Facebook collaboratif pour échanges et partage de documents.

2021 : la rencontre n'a pas eu lieu au profit du club qualité MONA organisé à Bordeaux en novembre.

2020 : en visio - 2019 : Journée du réseau des OT, pas spécifique Qualité.

En 2022, le club s'est réuni le 13 octobre, il poursuivra son travail en 2023.

Sur les 28 OT de Gironde :

- 23 sont accompagnés par GT en démarche qualité cette année*,
- 15 sont marqués Qualité Tourisme, 2 en cours d'audit pour obtenir la marque,
- 4 autres sont labellisés Générosité de l'Accueil.

* les 5 OT sans contrat : Fronsadais, Médoc Plein Sud, Médoc Vignoble, Pays Foyen (2023), SGLG.

En 2023, l'accompagnement des offices de tourisme se poursuivra, avec en parallèle l'animation du club qualité .

La Bourse aux dépliant se déroulera à Sauveterre de Guyenne.

Enfin, à noter que dans l'année 2023, après plus de 12 mois de travail en interne et avec nos partenaires, le dossier pour l'**obtention du Label Engagé RSE**, basé sur la norme ISO 26000 sera déposé.

3. ITINÉRANCE ET ECOTOURISME

Actions générales toutes filières confondues

Actions renouvelées

- Séminaire du pôle et participation à des journées thématiques nationales
- Réalisation de reportages photographiques
- Convention avec le CRT NA et participation financière pour Terra Aventura
- Renouvellement de l'abonnement à Outdoor active
- Participer aux réunions du CDESI

Actions nouvelles

- Suivi du projet du CRT "Nouvelle Aquitaine sans voiture"
- Mise en place d'une cache éphémère Terra Aventura à Blasimon (Vacances Toussaint 2023) :
 - Dans le cadre du lancement de la communication dédiée à l'écotourisme / tourisme durable
 - De l'inauguration des trois nouveaux espaces nature en Entre-deux-Mer (dont Blasimon) aménagés par le Département de la Gironde

Filière fluviale

Actions renouvelées

- Valorisation des bateaux promenades (outils à renouveler)

Il est proposé de ne pas reconduire l'édition du Guide Fluvial

Actions nouvelles

- Relancer le partenariat avec le SMIDDEST pour la valorisation de l'Estuaire de la Gironde

Filière vélo

Actions renouvelées

- Renouvellement de l'abonnement à France Vélo Tourisme pour la valorisation du Tour de Gironde à vélo sur la plate-forme nationale
- Suivi des COPIL et COTECH des grands itinéraires vélo (Vélodyssée, Canal des deux Mers à vélo, Scandibérique)
- Deuxième année de la campagne Gironde à vélo
- Participation à la fête du vélo de la Métropole et une ou deux fêtes locales sur les territoires
- Animation de la marque Accueil Vélo
- Club vélo (Offices de tourisme et territoires)
- Convention avec la FFC33 - Fédération Française de Cyclotourisme

À noter - La participation éventuelle à des salons vélo en France et à l'étranger est soumise :

- aux plans d'actions qui seront proposés par les grands itinéraires vélo
- aux propositions du CRT Nouvelle Aquitaine

Ces orientations pourront être intégrées dans le budget de l'année 2 dédiée à la campagne Gironde à vélo

Actions nouvelles

- Faire un point sur le développement de la filière vélo avec chaque département voisin
- Créer un groupe de travail avec des opérateurs vélo pour favoriser le développement du One Way (Louer un vélo sans le ramener au point de départ)
- Identifier et valoriser sur les territoires trois niveaux de lieux de service vélo :
 - "Pôle d'excellence vélo"
 - Aires de services
 - Haltes vélo
- Créer un Guide vélo (action sur 2022/2023)

Filière randonnée

Actions renouvelées

- Poursuite du partenariat avec la FFRandonnée
- Co-organiser la Gironde à pied 2023 consacrée au Chemin d'Amadour en Médoc
- Club randonnée (Offices de tourisme et territoires)
- Participer au salon du randonneur : stand unique consacré au lancement du Chemin d'Amadour avec les autres départements
- Points réguliers avec le service sports de pleine nature du Département sur la révision du PDIPR
- Mise à jour des livrets de la collection des Plus belles balades de Gironde Tourisme et sortie de 3 nouvelles brochures
- Mise à jour du Guide de la Rando
- Poursuite de la labellisation Accueil Chemin de Compostelle en France

Actions nouvelles

Après 5 années de travail collectif et d'aménagements sur les territoires, le Chemin d'Amadour sera lancé en mars 2023.

En tant que pilote du COTECH Marketing, Gironde Tourisme coordonne sur 2022/2023 la création du site Internet, du flyer de présentation, du dossier presse et le partenariat avec les Editions Sud Ouest pour la création du guide pratique.

Filière patrimoine

Actions renouvelées

- Suivi de la convention Agence Française des chemins de Compostelle (Département)
- Suivi convention avec Bordeaux Compostelle.
- Valorisation des Iconiques en Gironde
- Suivi de la convention avec l'AGNA

Actions nouvelles

- Réflexion avec les offices de tourisme sur une adaptation des Pistes de Robin notamment en créant des circuits accessibles (2022/2023)
- Poursuite du travail avec les 4 Maisons des illustres autour de la thématique vignoble en partenariat avec le pôle oenotourisme
- Poursuite de la réflexion avec l'AGAM sur "Les moulins et le vin" en partenariat avec le pôle oenotourisme
- Valorisation numérique des villages remarquables de Gironde

Filière écotourisme

Actions renouvelées

- Suivi la convention avec la FDAAPPMA 33 - Fédération de pêche
- Suivi de la convention avec le Grand Site de la dune du Pilat

Actions nouvelles

- À l'automne, lancement du 4ème pilier de communication dédié à l'écotourisme avec le pôle promotion-communication (VOIR NOTE SPÉCIFIQUE)
- Créer avec le pôle promotion une brochure B tou B pour valoriser les produits écotouristiques
- Renforcer le partenariat avec les deux parcs marins

4. OENOTOURISME

Contexte 2022 :

L'année 2022 a été une année post covid, qui a permis de renouer avec un plan d'actions élargi que ce soit en termes d'actions vers les professionnels que vers le grand public.

Si la saison n'est pas encore terminée, on peut noter une vraie reprise au printemps et jusqu'en juin, qui a été freinée par les effets de la crise climatique et la baisse du pouvoir d'achat qui a impacté particulièrement les prestataires d'activités et les sites de loisirs et de visite, y compris l'oénotourisme.

Les actions les plus marquantes pour cette année auront été :

En direction du réseau :

- la mise en place d'un accompagnement des propriétés viticoles sur l'éco oenotourisme (création d'un guide, accompagnement financier et humains des premiers châteaux, réunion de sensibilisation auprès des châteaux et des OT)
- déploiement des rendez vous du réseau (doublement des inscrits sur la première partie de l'année)
- renforcement des partenariats au niveau local (civb , OT bordeaux, best of, marathon du médoc) et au niveau national (fédération vignobles et découvertes et Atout France)
- reprise des salons pros (destination vignoble)

En direction du grand public :

- Reprise de l'événement (Bordeaux fête le vin en France et à l'étranger)
- Montée en puissance du média pulpe
- 2^e édition du fascinant week end

Plan d'actions 2023 :

La stratégie pour 2023 est de poursuivre et amplifier les actions en scindant les opérations entre le grand public et le réseau pro.

L'année 2023 sera marquée par :

- La mise à disposition du responsable du pôle, pour 40% de son temps, auprès de la fédération pour faire avancer les projets nationaux (Journée nationale de l'oenotourisme, avancement sur les aspects législatifs) .
- Un recrutement jusqu'à fin 2023 permettant de compenser cette mise à disposition
- Un accord de principe avec le CIVB pour un retour de financement à hauteur de 80K€
- la coupe du monde de rugby

Sur le grand public :

Accentuer la notoriété de la destination à travers le média Pulpe à travers la création et la diffusion de contenus et les temps événementiels.

Faire savoir

- 4^e édition de Pulpe : sortie au printemps
- Mini-Pulpe de Noël (4 saisons, capitaliser sur la gastronomie)
- Publicités digitales toute l'année sur l'existence du média
- Collaborations avec micro-influenceurs type lancement de produits
- Relations presse, relations publiques
- Chronique dédiée aux labellisés dans l'émission Vinocités (France bleu)
- Ouverture des abonnements niveau national
- Diffusion ajustée grand public et labellisés
- Bike-marketing et ticket d'or
- Capitaliser sur les événements grand public : Fascinant week-end, Bordeaux fête le vin, Taste Liverpool, Eat Festival Bruxelles
- Positionnement gastronomique sur le village tourisme de la Coupe du monde de rugby
- Une soirée de lancement de Pulpe
- Coupe du monde de rugby : recensement et organisation de diffusion de match de la coupe du monde dans les propriétés viticoles

Faire aimer

- Création de contenus pulpés sur les réseaux sociaux (vidéos, reels, gif)
- Organisation de jeux-concours
- Codes promo sur certaines opérations et événements
- Partenariat digital Brut (financement CIVB)
- Réédition tote bags BWT

Faire agir

- Carrousel d'offres accessibles sur les réseaux sociaux
- Une fois par mois sur le site Internet : mise en avant d'offres coups de coeur accessibles
- Favoriser la diffusion de l'offre loisirs/oenotourisme et la mobilité inter-territoires via la place de marché départementale et les produits réservables en ligne
- Encourager la programmation de la destination "vignoble bordelais" dans sa globalité par les professionnels du voyage (workshops, éductours, relationnel)

Sur le réseau professionnel :

- Développer un service de centre de ressources pour la filière oeno autour de l'espace pro et du linkedin BWT (veilles juridiques, actus, chiffres, base de données de contacts etc.)
- Poursuivre et amplifier l'accompagnement éco responsable des propriétés viticoles
- Travailler à la structuration de la fédération vignobles et découvertes.
- développer les rendez vous du réseau
- organisation d'un événement pro. autour de la coupe du monde de rugby avec les châteaux participants à la diffusion des matchs à la propriété.

5. BUREAU D'ACCUEIL DES TOURNAGES

L'année 2022 a permis de révéler le potentiel de Gironde Tournages. Nouveau logo, nouveau site internet, apprentie au sein du pôle. Ces engagements ont permis de révéler une identité propre qui en font un acteur incontournable de la proximité culturelle, tout autant que de l'attractivité du territoire.

L'année 2023 doit nous permettre de monter en puissance sur ce secteur.

Pour mettre en valeur l'accompagnement départemental en faveur du cinéma, il s'agit de mettre en place différentes actions qui seront déclinées selon le processus de suivi de création. Outre la partie tournages, via l'accueil de tournages et plus récemment du fonds d'aide à la production, les enjeux des temps de création et du suivi des films soutenus et accompagnés sont moteurs de nouvelles actions.

Les défis sur la parité et les démarches durables seront plus que jamais de mise. L'objectif est d'établir un observatoire pour les films soutenus CD33 qui portera tout autant sur les retombées économiques que sur ces questions sociales et environnementales.

Toutes ces actions sont faites en collaboration avec différentes entités. Parmi elles, en premier lieu la direction Culture et Citoyenneté du Département mais aussi l'agence régionale ALCA, L'Association des cinémas de proximité de la Gironde (ACPG), les associations professionnelles.

Création/Ecriture:

Le Fonds de soutien :

Mise en place d'une **Aide à l'écriture** dans le cadre du fonds régional destinée aux longs métrages de fiction et documentaire.

- Travail en cours sur un **programme de formation international** avec la DCC et ALCA qui vise à soutenir et accompagner l'écriture, le développement et la post-production de six longs métrages ayant un lien étroit avec la Région Nouvelle-Aquitaine.
- Lien avec la Villa Valmont à amorcer
- Suivi des auteurs girondins à mettre en place via les associations professionnelles et les résidences

Tournage:

Missions d'accueil de tournage et de co-coordination du fonds de soutien à la création.

- **Accompagnement sur-mesure des productions** dans la recherche de lieux de tournages, l'aide à l'obtention des autorisations de tournage, le référencement des ressources locales ;
- **Prospection** sur les marchés et salons professionnels en France et à l'étranger ;
- **Animation de la filière professionnelle locale** en individuel ou en journées professionnelles ;
- **Valorisation des ressources du territoire** via la gestion de 3 bases de données ;
- **Réseau CNC (ex Film France)**, Membre du groupe de travail suivi vie du réseau ;
- **Co-coordination du fonds de soutien piloté par la Direction de la Culture et de la Citoyenneté du Conseil Départemental** : Instruction des dossiers départementaux, lien avec le label jeune CaMéo,
- **Observatoire et études** de l'activité cinématographique et audiovisuelle en Gironde ;
- **Projets transversaux** en événementiel.

Vie des Films:

Suivi des films soutenus ou accompagnés suivi sur la diffusion des films soutenus avec l'Association des cinémas de proximité de la Gironde ;

- **Organisation d'avants-premières** en collaboration avec l'agence ALCA et les associations ACPG et CINA
- **Éducation à l'image** Participation à la plateforme d'éducation à l'image Comett avec l'intégration de plusieurs courts-métrages sur la plateforme.

La communication du BAT est au service du territoire. La Ligne éditoriale sur nos réseaux sociaux , reprend les 3 grands domaines de Gironde tournage :

- **Écriture** : mise en avant des résidences d'auteur, du fond départemental dédié, du lieu d'inspiration. formule d'ITW pour mettre en avant la rencontre d'un scénariste avec un territoire.
- **Tournages** : les tournages en cours sur le Département, les annonces de casting, les coulisses
- **Vie du film** : participations aux festivals, diffusion, soirées spéciales.

6. COMMUNICATION - PROMOTION

Contexte : Les objectifs du document d'orientations du tourisme et de loisirs du Conseil départemental sur les démarches d'éco-responsabilité, d'accessibilité et de solidarités territoriales forment le squelette des actions de communication responsable de Gironde tourisme en 2023.

La stratégie de communication s'appuie sur 4 piliers de communication, associés chacun à une forme originale :

- Le vignoble et son média, *Pulpe*
 - Le patrimoine et son storytelling, *Les Iconiques*
 - Le vélo et sa boîte à outils, *Gironde à vélo*
 - Le tourisme responsable et son voyage participatif (nom en cours)
-
- **Une stratégie de communication basée sur un tourisme 4 saisons** (90% du budget et des actions seront dédiées à la communication hors juillet-août) et **la promotion du tourisme solidaire et social** (formation de l'équipe au Facile à Lire et à comprendre, communication en direction des travailleurs sociaux, lots de jeux-concours ou de codes promo destinées aux publics les plus éloignés)
 - **Une ligne éditoriale déclinée sur un modèle d'équité territoriale prenant en compte les besoins et les moyens** : ainsi, les destinations les moins dotées et les moins fréquentées seront les plus valorisées et feront l'objet de gros coups de projecteur.

Objectifs

Répondre aux 3 enjeux de marketing et de communication, à savoir :

Le Faire savoir (cognitif) / Notoriété et connaissance de la destination, du produit, de la marque

Le Faire aimer (affectif) / Travailler l'affectif, susciter l'intérêt, raconter l'expérience

Le Faire agir (conatif) / Conversion vers l'achat, augmentation du trafic sur le site Internet, augmentation des communautés des réseaux sociaux. Générateur d'indicateurs.

Nos 4 piliers de communication : des leviers de communication identitaires de la destination

Le vignoble et son média, Pulpe

Faire savoir

- 4^e édition de Pulpe : sortie au printemps
- Mini-Pulpe de Noël (4 saisons, thématique "gastronomie", collaboration étroite avec le CIVB)
- Publicités digitales toute l'année sur les articles valorisant le vignoble
- Collaborations avec micro-influenceurs type lancement de produits (payants)
- Relations presse, relations publiques (Fascinant cocktail pour lancer Fascinant week-end, soirée de lancement de Pulpe)
- Chronique "Pulpe" dédiée aux labellisés dans l'émission Vinocités (France bleu), tous les samedis
- Ouverture des abonnements niveau national : principe de la lecture active de l'information publique
- Diffusion ajustée grand public et labellisés
- Opération de bike-marketing en plein coeur de Bordeaux
- Capitaliser sur les événements grand public : Fascinant week-end, Bordeaux fête le vin, Taste Liverpool, Eat Festival Bruxelles
- Lancer un grand événement de retransmissions de matchs de la Coupe du monde de rugby dans le vignoble

Faire aimer

- Création de contenus pulpés sur les réseaux sociaux (vidéos, reels, gif)
- Ligne éditoriale décalée et complice avec le lecteur, sur un mode "lifestyle"
- Le fameux "Ticket d'or" caché au hasard dans un des numéros de Pulpe
- Organisation de jeux-concours
- Codes promo sur certaines opérations et événements
- Partenariat digital Brut (financement CIVB)
- Réédition tote bags BWT

Faire agir

- Carrousel d'offres accessibles sur les réseaux sociaux
- Une fois par mois sur le site Internet : mise en avant d'offres coups de coeur accessibles
- Favoriser la diffusion de l'offre loisirs/oenotourisme et la mobilité inter-territoires via la place de marché départementale et les produits réservables en ligne
- Encourager la programmation de la destination "vignoble bordelais" dans sa globalité par les professionnels du voyage (workshops, éductours, relationnel)

Le patrimoine et son storytelling, Les Iconiques

Faire savoir

- Nouvelle édition augmentée : *les Iconiques en balade* (rando, vélo, autres sites patrimoniaux à proximité) : diffusion dès les vacances de février (4 saisons) / Augmentation du tirage à 30 000 ex
- Nouvelle saison de podcasts (récit d'une histoire iconique) et diffusion sur Deezer et Spotify
- 3^e session de reportage Insta par Loïc Lagarde (180k followers)
- Relations presse : construction d'un projet de reportage pour les médias nationaux (Après TF1 cette année, nous espérons le service public !)
- Le patrimoine en objet du prochain dossier de *Pulpe* : nouvelles histoires en exclu dans le 4^e numéro
- Bons plans du printemps : lancement de la saison avec la thématique patrimoine

Faire aimer

- Entrées à faire gagner
- Week-end *Iconiques* à construire et à faire gagner
- Campagne d'affichage Bordeaux métropole avec 18 visuels pour les 18 sites
- Visites gratuites pendant les Journées du patrimoine
- Création de contenus affinitaires (gif, reels, vidéos)
- Dans l'idée de promouvoir le "petit" patrimoine via l'attractivité des sites moteurs, proposition pour les Iconiques de parrainer chacun un site coup de cœur et de le valoriser.

Faire agir

- Travail sur la carte ambassadeur
- Accompagnement les territoires dans la diffusion de l'offre loisirs/patrimoine réservable en ligne et s'appuyer sur les Iconiques pour encourager la mobilité inter-territoires via la place de marché départementale
- Favoriser la mise en avant de l'offre patrimoine via les Iconiques dans la programmation de la Gironde par les professionnels du voyages (workshops, éductours, relationnel)
- Carrousel d'offres sur les réseaux sociaux

Le vélo et sa boîte à outils, Gironde à vélo

Faire savoir

- Campagne de valorisation du “Kiosque digital” Gironde tourisme vélo sur nos marchés prioritaires France
- Réédition carte touristique vélo comme document ambassadeur de la Gironde
- Insert PQR Nantes et Toulouse
- Co-construction avec Sud-Ouest pour le prochain mag de l’été en Gironde (en cours)
- Partenariat SNCF mobilité
- Challenge vélo sur les réseaux sociaux : *Roulez pour la Gironde !*
- Campagne d’inspiration avec mini-séjours vélo
- Montée en puissance du blog vélo GT
- Accueil influenceurs et reportage photos “Le Tour de Gironde à vélo entre potes”
- Guide de voyage Instagram : Canal des deux mers à vélo
- Capitaliser sur un événement grand public : tournée d’été (chronique vélo)
- Mise en place de la carte interactive sur la home du site
- Partenariat digital avec les OT et les prestataires : renvoi depuis leur site vers la boîte à outils pour favoriser l’itinérance partout, en Gironde

Faire aimer

- Jeux concours en partenariat avec les Accueils vélo
- Quizz et lots à gagner sur l’émission de la tournée d’été
- Mini-séjours vélo à faire gagner (produit GT, fait maison)
- Faire monter en puissance le #girondeavelo pour plus d’appropriation de la destination vélo
- Édition de tote bags Gironde à vélo

Faire agir

- Valorisation des loueurs à proximité des gares
- Accompagnement les territoires dans la diffusion de l’offre loisirs/vélo réservable en ligne via la place de marché départementale
- Favoriser la programmation de la Gironde à vélo par les professionnels du voyage (workshops, éductours, relationnel)
- Carrousel d’offres sur les réseaux sociaux
- Nouveau guide vélo édité par l’itinérance : mise en valeur de produits ?
- Guide BtoB : guide global sur l’offre girondine (vignoble, écotourisme, patrimoine, vélo et rando)

Le tourisme responsable et son voyage participatif (nom en cours)

L'objectif est de construire une escapade expérientielle, un retour aux sources, à l'essentiel sous le prisme de la notion d'engagement environnemental, social ou solidaire.

Ce concept est composé de deux grandes actions de communication :

- **Un voyage participatif**, engagé et filmé, basé sur les expériences touristiques mondiales d'éco-volontariat : pour mieux voyager, il faut mieux connaître l'environnement, aller à la rencontre des autres, renouer avec la découverte culturelle. Cette posture forte permet de donner à vivre la Gironde vue par le prisme de la nature, de sa biodiversité, et de son authenticité dans toute sa splendeur.
- Le principe consiste en la sélection de 5 tribus girondines (couple, senior, familles, etc), embarquées dans une mini-série type "rdv en terre inconnue" pour découvrir une autre Gironde. Au-delà des pépites à absolument visiter, il s'agira de les mettre au contact le plus proche possible du territoire : activité avec l'ONF, rencontre avec un océanologue, recensement de la biodiversité dans l'Estuaire, découverte traditions locales, etc.
- La mini-série est produite de façon participative (via la plateforme Ullule) et accompagnée par Gironde tournages, en lien avec une société de production girondine et nos partenaires "tourisme responsable". C'est un parti-pris inédit au sein d'une communication touristique de destination : posture différenciante.
- Chaque année, les 5 tribus passent le relais à 5 autres, et favorisent la transmission.
- **Un cahier de vacances participatif** : sous la forme d'un Bullet journal, il fait office de cadeau d'accueil pour les touristes en Gironde. Y sont mis en valeur les différents aspects de la biodiversité girondine, la protection de la nature, les espaces naturels. À charge de chaque voyageur de compléter, coller des herbiers, des photos, d'écrire son ressenti, le tout afin de créer in fine un véritable album de vacances nature
- Lancement avec les 5 tribus en octobre 2023 sur le Grand site de la Dune du Pilat.

Plan de communication généraliste

Tourisme 4 saisons : Les bons plans

Une campagne 100 % digitale basée sur:

- Printemps : patrimoine
 - Été : vélo
 - Automne : Famille
 - Hiver : Cocooning (gastronomie, bien-être, sport santé)
-
- En amont, communiqué de lancement de saison (4 lancements) et Super semaine de la chance (entre 300 et 400 000 personnes touchées par campagne)
 - **Une com'solidaire** : une partie de la campagne est ciblée vers les publics les plus éloignés des vacances
 - **Une com' territorialisée** : sur les réseaux sociaux, ce sont les territoires les moins bien dotés en communication qui seront le plus mis en lumière
 - **Une posture participative** : sensibiliser les professionnels sur la nécessité de travailler des offres sur cette période de vacances
 - **Une accessibilité financière** : au-delà de la gratuité des jeux-concours, élaboration (en cours) de codes promo éphémères, le temps de la campagne

Création d'une chaîne de podcasts "patrimoine"

Le podcast, par sa dimension ultra-immersive, permet la découverte, la connaissance tout autant que l'affinité, la thématique "historique" au sens large est idéale sur ce support. Chez les Girondins, il renforce le sentiment d'appartenance par la connaissance, et chez les visiteurs, il donne un avant-goût séduisant des points d'intérêt touristiques.

- podcasts Iconiques 2^e saison : un podcast / une anecdote
- podcasts villages remarquables : bâtis sous la forme d'une émission, ce sont les habitants eux-mêmes qui racontent à quel point leur village est une pépite

À terme, l'idée est de créer une chaîne de podcasts sur Deezer et Spotify, entre autres, capables de donner une unité à la thématique et de symboliser la diversité des patrimoines en Gironde.

NB : Dans l'idée de promouvoir le "petit" patrimoine via l'attractivité des sites moteurs, proposition pour les Iconiques de parrainer chacun un site coup de cœur et de le valoriser.

Mise en avant d'une nouvelle forme identitaire du territoire : l'esprit "Sud-Ouest"

- **la gastronomie** : une terre épicurienne, authentique, dont la gastronomie est basée sur les produits locaux, le savoir-faire, les traditions et l'histoire locale. Il s'agit de présenter à la fois les différentes spécialités girondines, mais aussi leur histoire et celle, forcément liée, de leur territoire.
- **l'événementiel** : un territoire en mouvement, frais, en émulation, qui sait célébrer, définitivement "Sud-Ouest"

Événementiels

Workshop presse ADN tourisme à Paris

Emission on-line "patrimoine et vignoble" dans les studios du Département (public TO français et étrangers)

Eductour contrat de destination Bordeaux

Taste Liverpool

Bordeaux fête le vin

Tour de France 2023

Tournée d'été 100% Gironde

Marathon des vignobles du Médoc

Eat Festival

Coupe du Monde de rugby

Fascinant week-end

.....

Annexe 2 - BUDGET PRÉVISIONNEL 2023

DÉPENSES	BP 2023	RECETTES	BP 2023
MASSE SALARIALE	1 820 000 €	Subvention Conseil Départemental de la Gironde	2 041 000 €
FRAIS GÉNÉRAUX	182 000 €	Subvention Bx Métropole	180 000 €
PROJET DE DÉMARCHE QUALITÉ INTERNE RSE	7 200 €	Subvention Région Nouvelle Aquitaine - BAT	10 000 €
ACTIONS :	575 100 €		
Observatoire/Conseil	55 000 €	ADEME - Fonds de Tourisme Durable	30 000 €
Qualification de l'Offre et Tourisme Durable	60 000 €	Cotisations des adhérents	35 000 €
Bureau d'Accueil des Tournages (BAT	30 000 €	Recettes de Prestations et Services	110 000 €
Itinérance Ecotourisme et Patrimoine	56 100 €	Partenariat Oenotourisme	80 000 €
Oenotourisme	130 000 €	Partenariats sur actions	10 000 €
Animation réseau Vignoble et découvertes	35 000 €	Prestation animation réseau V et D	35 000 €
Communication Promotion Presse	190 000 €	Contrats de destination	10 000 €
Animation du réseau des OT	9 000 €	Produits Financiers	2 000 €
Contrat de destination Bordeaux	10 000 €	Sous Total	2 543 000 €
		Reprise sur Fonds associatif	41 300 €
TOTAL	2 584 300 €	TOTAL	2 584 300 €

% Subv CD33/ Totale **78,98%**

% Masse salariale/Totale **70,43%**

% Actions/Totale **22,25%**

Annexe 3
Modèle de compte-rendu qualitatif et financier

Recommandations pour la présentation du bilan qualitatif et quantitatif d'une subvention de fonctionnement

Cette fiche est destinée à vous aider à la réalisation du bilan de l'action pour laquelle Bordeaux Métropole vous a accordé un financement. Ce bilan doit permettre aux responsables d'association de rendre compte de l'utilisation des subventions accordées.

Nom de l'organisme bénéficiaire :

1. BILAN QUALITATIF ANNUEL

Quelles ont été les actions entreprises ? Décrire précisément les actions mises en œuvre

L'intérêt de votre projet pour la métropole bordelaise :

Quels sont les résultats obtenus par rapport aux objectifs initiaux ?

Liste revue de presse et couverture médiatique :

Liste de vos outils de communication (site internet, plaquettes...) :

2. BILAN FINANCIER

2.1. Fournir le budget financier définitif « signé » faisant apparaître les écarts entre le prévisionnel et le réalisé

2.2. Expliquer et justifier les écarts significatifs éventuels entre le budget prévisionnel de l'action et le budget financier définitif:

2.3. Observations à formuler sur le compte-rendu financier :

Je soussigné(e), (nom et prénom)

représentant(e) légal(e) de l'organisme,

certifie exactes les informations du présent compte rendu

Fait, le : | | | | | | | | | | à

Signature :