

**CONVENTION D'OBJECTIFS ET DE MOYENS  
ENTRE LA VILLE DE METZ  
ET L'OFFICE DE TOURISME DE METZ CATHEDRALE  
Exercice 2011 – Avenant n°1**

**Entre :**

1) La Ville de Metz, représentée par son Maire en exercice, Monsieur Dominique GROS, dûment habilité aux fins des présentes par délibération en date du 30 juin 2011, ci-après désignée par les termes "la Ville",  
D'une part,

**Et**

2) l'Association dénommée Office de Tourisme de Metz Cathédrale, représentée par sa Madame Roederer Theis, agissant pour le compte de l'Association, ci après désignée par les termes "l'Office de Tourisme", dûment habilitée à l'effet des présentes par décision du Conseil d'Administration en date du XX xxxxxx 2011,  
D'autre part,

**Préambule**

La Ville de Metz et l'Office de Tourisme de Metz Cathédrale reconnaissent œuvrer ensemble pour exercer les missions générales d'accueil, d'information des clientèles touristiques et locales, de promotion touristique de la destination Metz, la coordination et l'animation des réseaux touristiques, l'observation et la veille touristique et ce, en cohérence avec le Comité Départemental et le Comité Régional du Tourisme.

L'Office de Tourisme exerce de même des missions complémentaires prévues à l'article 2 de ses statuts tels que modifié lors de l'Assemblée Générale Extraordinaire de l'Association du 27 février 2001 :

- L'aide aux groupements de commerçants, hôtels, compagnies de transports et généralement toutes les industries qui vivent du tourisme;
- L'aide aux initiatives privées, aux associations, comités d'expositions, de cérémonies, réceptions, etc...conformes et nécessaires à la réalisation de leur objet dans le cadre d'un soutien logistique ;
- La gestion d'équipements collectifs du tourisme.

Pour mener à bien ses missions, l'Office de Tourisme sollicite chaque année la Ville pour verser une subvention de fonctionnement et d'investissement. La demande de subvention faite en 2010 a donné lieu, suite à une délibération en date du 16 décembre 2010, à la conclusion d'une convention d'objectifs et de moyens pour l'exercice 2011.

Or, devant la concurrence accrue des destinations touristiques, et en particulier des capitales régionales et européennes sur des courts séjours, et dans le prolongement de l'ouverture d'une infrastructure de rayonnement majeur, telle que le Centre Pompidou-Metz, l'Office de Tourisme doit développer la destination Metz ainsi que faciliter l'accès et le séjour à Metz.

Dans ce cadre, il convient de renforcer les actions de l'Office de Tourisme de Metz dans sa stratégie de mise en place d'outils e-touristiques modernes pour accroître l'attractivité et le rayonnement touristique de la destination Metz et plus particulièrement en assurant :

- La mise en lien du site web actuel avec la base de données touristique régionale SITLOR (pour éviter la double saisie) ;
- Le développement d'une version mobile du Site web en lien avec SITLOR ;
- L'hébergement externalisé du site mobile ;
- La vente en ligne des produits de séjour et de la boutique ;
- La mise en place de l'application Smartphone « Monument Tracker ».

Or, l'Office dispose d'un budget d'investissement au titre du Budget Prévisionnel 2011 de 15 000 € TTC pour développer des solutions de médiation numérique. Aussi, le développement d'une application Smartphone et la création d'un site Web mobile en interfaçage avec la base de donnée d'information touristique SITLOR serait-elle envisageable dès cette année 2011, dans le cadre du Budget Prévisionnel d'Investissement de l'OT dévolu (15 000 € TTC) avec une programmation complémentaire de l'ordre de 9 000 € TTC.

De plus, afin de faire connaître la destination Metz plus particulièrement en Allemagne qui représente 28,23% des clientèles étrangères, l'Office souhaite participer du 15 au 17 juillet 2011 à la Fête Française de Düsseldorf qui met en avant, autour du leitmotiv « Vive la France » non seulement l'art de vivre à la Française (gastronomie et art) mais également la destination touristique. Cette manifestation connaît une fréquentation d'environ 60 000 spectateurs et peut ainsi servir de vitrine pour 2011 à la destination Metz, le Centre Pompidou-Metz participant à ces journées promotionnelles. La demande de budget pour la participation à cette manifestation est de 3 000 € TTC.

Ceci exposé, il a été convenu ce qui suit :

## **Article 1 - Objet**

Le présent avenant a pour objet de permettre le financement de subventions complémentaires afin de participer au financement pour 2011 :

- présente convention a pour but de permettre de définir l'objet, le montant et les conditions d'utilisation des subventions allouées par le

Ville de Metz à l'Office de Tourisme pour remplir ses missions et maintenir son classement en catégorie 4 étoiles, selon les critères déterminés par l'arrêté du 12 janvier 1999 fixant les normes de classement des Offices de Tourisme.

La présente convention sert également de cadre aux engagements réciproques des parties pour la réalisation au cours de l'année 2009 du programme défini et développé par l'Office de Tourisme pour assurer la mise en œuvre des missions d'intérêt général rappelées en préambule.

L'Office de Tourisme a présenté à l'appui de ses demandes des "document-programme" (joints en annexe) comprenant une note de synthèse du programme de l'exercice 2009 et des actions envisagées selon les catégories définies à l'article 3 pour mettre en œuvre cette programmation, ainsi qu'un budget prévisionnel précisant le montant de chaque action.

## **Article 2 - Objectifs**

Les actions auxquelles la Ville aura participé financièrement auprès de l'Office de Tourisme de Metz-Cathédrale ont pour objectif d'améliorer de façon permanente l'accueil, l'information des clientèles touristiques et des résidents, ainsi que la promotion touristique de la destination Metz, afin d'accroître les retombées économiques directes et indirectes liées à l'activité touristique, et au développement culturel.

## **Article 3 – Crédits d'investissements**

Les crédits d'investissements attribués par la Ville de Metz à l'Office de Tourisme de Metz-Cathédrale pour contribuer à ses actions de développement pour 2011 sont complétés de 9 000 € TTC pour développer des solutions de médiation numérique. Le montant de cette subvention complémentaire est déterminé au vu du « document-programme » mentionné à l'article 1<sup>er</sup> de la présente convention.

## **Article 4 – Crédits de fonctionnement**

Les crédits de fonctionnement attribués par la Ville de Metz à l'Office de Tourisme de Metz-Cathédrale pour contribuer à couvrir le coût de ses services d'accueil, d'information, d'animation, de promotion, de coordination, d'observation et de veille touristique pour 2011 sont complétés de 3 588 € TTC pour contribuer à la participation de l'Office de Tourisme aux journées de la Fête Française de Düsseldorf ». Le montant de la subvention est déterminé au vu du « document-programme » mentionné à l'article 1<sup>er</sup> de la présente convention.

Après adoption de la délibération approuvant le présent document, la Ville adressera à l'Office de Tourisme une lettre de notification indiquant le montant de la subvention allouée, et portant rappel des conditions d'utilisation de la subvention. Le versement sera lors opéré dans les 30 jours qui suivent la notification du présent avenant.

Les versements interviendront en fonction des disponibilités financières de la Ville de Metz.

### **Article 5 – Comptes-rendus et Contrôle de l'activité**

Conformément à l'article 7 de la convention d'objectifs et de moyens 2011, l'Office de Tourisme transmettra à la Ville de Metz, au plus tard le **30 juin 2012**, un compte rendu financier attestant de la conformité des dépenses effectuées à l'objet des présentes subventions.

### **Article 6 – Autres dispositions**

Les autres dispositions de la convention d'objectifs et de moyens 2011 demeurent inchangées.

Fait à Metz, le

(en 2 exemplaires originaux)

La Présidente  
De l'Office de Tourisme de Metz Cathédrale

Le Maire  
de la Ville de Metz

**Objet** : Projet acquisition outils web et numériques - dispositifs facilitant accès et mobilité.

**Contexte** : Mise en conformité avec le nouveau classement ministériel des Offices de Tourisme, adaptation aux attentes des clientèles, adéquation aux nouvelles exigences de la mobilité.

**Enjeux** : L'Office de Tourisme est une vitrine de la ville, sa présentation à l'export comme à l'import conditionne l'image de la destination Metz.

### **RAPPEL CONTEXTE**

#### **Nouveau classement des Offices de Tourisme**

Par arrêté du 12 novembre 2010, le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie a fixé de nouveaux critères de classement pour les Offices de Tourisme. Désormais, les Offices de Tourisme ne sont plus classés de 1 à 4 étoiles, mais entrent dans une classification par catégorie, de I à III.

Ainsi l'Office de Tourisme de Metz, classé 4 étoiles, se doit au 1er janvier 2014 d'être conforme aux critères de la catégorie I.

Entre autres obligations, il doit couvrir les champs usuels standards du numérique :

- donner accès à son site internet trilingue dédié et adapté à la consultation via des supports embarqués .
- Proposer un service d'information touristique intégrant les différentes technologies de l'information et de la communication, notamment les réseaux sociaux, la téléphonie mobile, la géolocalisation.

#### **Enjeux**

Devant la concurrence accrue des destinations de tourisme, et en particulier de tourisme urbain (de nombreuses capitales européennes sont le siège par excellence des City Breaks / courts séjours), et dans le prolongement de l'ouverture d'une infrastructure de rayonnement majeur, telle que le Centre Pompidou- Metz, l'Office de Tourisme doit à la fois susciter le désir de la Destination « envie de Metz / je veux Metz », et faciliter l'accès et le séjour à Metz (l'OT est un passeur de la destination, il propose des solutions permettant une médiation et une consommation aisée de l'offre du territoire).

En un clic, les clients doivent pouvoir prétendre à l'information dont ils ont besoin, et, en un clic ils doivent pouvoir acheter la prestation qu'ils ont choisie. De facto, l'Internet et tous les dispositifs numériques qui sont en train de voir le jour doivent être des supports pour privilégier la relation client / utilisateur / usager tout en lui simplifiant les démarches. L'Office de Tourisme du futur devra conjuguer médiation numérique et dimension humaine avec une prise en charge et un accueil personnalisé des clientèles.

#### **Problématique**

Actuellement, l'OT de Metz n'a pas l'autonomie de gestion/administration de son site Internet, lequel est hébergé (historique) par la Ville de Metz (serveur, maintenance) et en partie administré par ses soins (Service Communication Web de la VDM).

En conséquence, ce modèle à l'époque pratique et économique, est aujourd'hui dépassé. Les clientèles ne peuvent effectuer de réservation, ni d'achat en ligne sur le site Web de l'OT de Metz. La fonction commerciale de l'OT s'en trouve limitée (frein à la réactivité, pas de contractualisation possible en temps différé...).

La compétitivité de Metz est donc sur ce plan, fragile (quand certains OT, Montpellier, Bordeaux, Toulouse... proposent déjà la réservation en ligne, et quand on sait que certaines cibles de clientèle, en fonction de la météo, se décident en last minute pour une escapade urbaine, le temps d'un week-end).

### Rappel des objectifs

Doter l'Office de Tourisme de Metz d'une stratégie et d'outils e-touristiques modernes pour accroître l'attractivité et le rayonnement touristique de la destination Metz.

### Actions envisagées

- 1) **Développement de l'activité commerciale** : introduction d'un dispositif de réservation et de paiement en ligne sur le site web de l'OT de Metz pour les visites, séjours touristiques et produits de boutique ;
- 2) **Développement d'un site web tourisme mobile (Web 2.0)** : avec géo-localisation et utilisation de la base de données d'information touristique régionale SITLOR ;
- 3) **Développement d'une application Smartphone** : avec alerte système push, géo-localisation, et réalité augmentée pour enrichir les dispositifs de découverte de la ville et de son offre touristique, patrimoniale, culturelle... (itinéraires thématiques, jeux de pistes, visites commentées... à télécharger) ;
- 4) **Développement du Web 2.0 et des réseaux sociaux** (partages de contenus et communautés d'internautes : Facebook, Twitter, blog, Flickr, Panoramio, Youtube, Dailymotion, Tripadvisor...) ;
- 5) **Autonomisation du Site Web de l'OT - Inventaire des dispositifs nécessaires (et des coûts estimatifs identifiés en moyenne sur le marché national) :**
  - Développement d'un site Internet : 30 000 à 50 000 €,
  - Développement d'un site web mobile : 5 000 à 8 000 €,
  - Développement d'une application Smartphone : 8 000 €,
  - Développement d'un logiciel de vente en ligne boutique : 5 000 €,
  - Hébergement et maintenance annuels : 3 000 à 5000 €,
  - Acquisition d'une table tactile : 10 000 à 20 000 €,
  - Acquisition d'une tablette tactile : environ 600 €.

Il convient en outre de prendre en compte les coûts liés à :

- la formation du personnel,
- la mobilisation des RH pour saisie, actualisations, régulation, modulation,
- la communication autour des nouveaux dispositifs / supports,
- les développements ultérieurs.

### Proposition chronologie développement du projet web / numérique OT Metz

- 1) Etape N°1 sur 2011 (tarifs indicatifs)
  - Mise en lien du site web actuel avec la base de données touristique régionale SITLOR (éviter la double saisie) ;
  - Développement d'une version mobile du Site web en lien avec SITLOR ;
  - Hébergement externalisé du site mobile, maintenance annuelle ;
  - Formation CMS 1 jour atelier de 3 personnes ;
  - Vente en ligne des produits de séjour et de la boutique ;
  - Application Smartphone « Monument Tracker ».

**Coût TOTAL estimé en année n°1 : 20 000 € HT soit 23 920 € TTC** (versions en langues additionnelles à prévoir en sus du F - GB - D - NL)

## 2) Etape n°2 = 2012

- Nouveau site Internet externalisé avec paramétrage/interfaçage base de données SITLOR ;
- Hébergement externalisé des sites web fixe et mobile + maintenance annuelle avec vente en ligne et boutique ;
- Intégration des contenus statiques ;
- Intégration des versions en langues étrangères (langue x 7).

### **Avantages d'un développement du projet en 2 phases**

#### Pour 2011

L'OT dispose d'un budget d'investissement au titre du Budget Prévisionnel 2011 de 15 000 € TTC pour développer des solutions de médiation numérique.

Aussi, le développement d'une application Smartphone et la création d'un site Web mobile en interfaçage avec la base de donnée d'information touristique SITLOR serait-elle envisageable dès cette année 2011, dans le cadre du Budget Prévisionnel d'Investissement de l'OT dévolu (15 000 € TTC) avec une programmation supplémentaire demandée à la VDM de l'ordre de 9 000 € pour couvrir le complément de 5 000 € et les frais TTC y afférents.

#### Pour 2012

Dans le cadre de la programmation budgétaire 2012, l'OT pourra dès juillet 2011 « flécher » un coût global d'un pack complet incluant la création d'un nouveau site web de l'OT avec tous les paramétrages du Web 2.0, l'externalisation de l'hébergement, le coût de la maintenance, les versions en langues étrangères... au titre du Budget Prévisionnel d'Investissement.

## DOCUMENT – PROGRAMME / ACTION 2011 : PARTICIPATION A LA MANIFESTATION FETE FRANCAISE DE DUSSELDORF

### PRINCIPES ET OBJECTIFS

**Dates 2011** : du 15 au 17/07/2011 – 11<sup>ème</sup> édition.

**Horaires d'ouverture des stands** : vendredi de 18h15 à 22h00, samedi de 13h à 22h00, dimanche de 12h00 à 18h00.

**Lieu** : Burgplatz et cour intérieure de l'Hôtel de Ville.

**Principe** : marché français avec gastronomie (charcuterie, fromages, vins, huiles, foie gras etc.), spectacles (côté folklorique), animations pour enfants (manèges, château gonflable) +9e tour de Düsseldorf - Rallye avec 150 « oldtimers ».

**Fréquentation** : 60.000 visiteurs /spectateurs environ.

**Lien vers le site Internet** : <http://www.duesselderfer-frankreich-fest.de>

Avec comme leitmotiv « **Vive la France** » en l'honneur de la fête nationale française, Düsseldorf célèbre l'amitié franco-allemande qui se manifeste de nombreuses façons dans la culture, l'éducation et l'économie. Cette position particulière de notre voisin trouve son écho dans une fête française aux multiples facettes. Cette manifestation est organisée par Destination Düsseldorf Veranstaltungen GmbH et se déroule sous le patronage du Consul Général de France, Monsieur Hughes Nordi et du Maire de Düsseldorf, Monsieur Dirk Elbers.

### **Stand**

Il est envisagé la location de 3 tentes-pagodes, dont 1 institutionnelle partagée par la Ville de Metz, l'Office de Tourisme de Metz et le Centre Pompidou-Metz.

Les 2 autres tentes seraient partagées par des métiers de bouche / producteurs (à raison de deux partenaires par tente), lesquels pourraient organiser de la dégustation / vente de leurs produits.

Devant ces tentes seraient aménagés 3 mange-debouts abrités par des parasols et 3 tabourets de bar afin de favoriser la dégustation dans un cadre convivial.

La location de mobilier prévoit branchements eau & électricité sur le site, l'éclairage, la location d'un frigo, d'un évier(2 bacs), ainsi qu'un comptoir d'information.



### **POSITIONNEMENT - STRATÉGIE DE COMMUNICATION :**

L'Office de Tourisme de Metz souhaite profiter du prix promotionnel proposé par M. Boris Neisser (organisateur) incluant la location d'un stand avec une tente pagode et un positionnement avantageux dans la stratégie de communication (Participation à l'une des trois **conférences de presse** organisées à cette occasion, dont l'une sur la gastronomie et une à l'Hôtel de Ville - organisation d'un **jeu**



**concours** permettant à l'Office de Tourisme de Metz d'offrir des lots et de bénéficier d'un **fichier qualifié de 6000 adresses de clients francophiles** - présence du logo de l'Office de Tourisme de Metz sur les supports médiatisant la manifestation - création d'un **lien avec le site web** de l'Office de Tourisme de Metz etc.).

### DÉMARCHAGE :

L'Office de Tourisme de Metz profitera de ce déplacement pour organiser un démarchage auprès des professionnels du tourisme (autocaristes, agents de voyage et Tour Opérateurs) du bassin de clientèle, en amont ou en aval de la Fête Française de Düsseldorf.

### PROJET DE BUDGET :

Objet	Nombre unités	Frais à l'unité (H.T)	Montant Total (H.T)
stand avec tente pagode 4x4 m <sup>2</sup> et positionnement dans la stratégie de communication	1	4 000,00 €	4 000,00 €
tente pagode & stand 4x4m	2	1 080,00 €	2 160,00 €
cloisons de séparation	2	30,00 €	60,00 €
Branchement eau (direct sur stand)	3	120,00 €	360,00 €
Branchement électricité (direct sur stand)	3	120,00 €	360,00 €
Permis de vente alcool (base 4 producteurs)	4	50,00 €	200,00 €
Comptoir d'information	6	85,00 €	510,00 €
Chaises stand	6	4,00 €	24,00 €
Frigos (par tente producteur)	2	105,00 €	210,00 €
Mobilier-debout	7	15,00 €	105,00 €
Tauourets bar	21	10,00 €	210,00 €
Lampes (3 par stand)	9	25,00 €	225,00 €
Evier 2 bacs + bouilloire	2	68,00 €	136,00 €
Parasols	7	45,00 €	315,00 €
<b>Total</b>			<b>8 875,00 €</b>

Participation prévisionnelle des partenaires pressentis	Montant Total (H.T)
OT	3 000,00 €
CPM	540,00 €
Producteurs (sur la base de 2 tentes soit 4 producteurs)	4 232,00 €
Ville de Metz	3 000,00 €
<b>Total :</b>	<b>10 772,00 €</b>