



Certifié conforme à l'acte transmis au contrôle de légalité

EXTRAIT DU REGISTRE DES DÉLIBÉRATIONS du Conseil Métropolitain de Dijon Métropole

Séance du jeudi 20 décembre 2018

Président : M. REBSAMEN

Secrétaire de séance : Mme AKPINAR-ISTIQUAM

Convocation envoyée le 14 décembre 2018

Publié le 26 décembre 2018

Nombre de membres du Conseil métropolitain : 79

Nombre de présents participant au vote : 63

Nombre de membres en exercice : 79

Nombre de procurations : 10

Membres présents :

M. François REBSAMEN	Mme Françoise TENENBAUM	M. Guillaume RUET
M. Pierre PRIBETICH	Mme Christine MARTIN	M. Louis LEGRAND
M. Thierry FALCONNET	Mme Stéphanie MODDE	M. Patrick ORSOLA
M. Patrick CHAUPUIS	M. Nicolas BOURNAY	Mme Dominique BEGIN-CLAUDET
Mme Nathalie KOENDERS	M. Mohamed BEKHTAOUI	Mme Florence LUCISANO
M. Rémi DETANG	Mme Lê Chinh AVENA	M. Jean DUBUET
Mme Catherine HERVIEU	Mme Hélène ROY	Mme Anne PERRIN-LOUVRIER
M. José ALMEIDA	M. Georges MAGLICA	M. Gaston FOUCHERES
M. Jean-François DODET	M. Joël MEKHANTAR	Mme Céline TONOT
Mme Colette POPARD	Mme Nuray AKPINAR-ISTIQUAM	M. Jean-Philippe MOREL
Mme Danielle JUBAN	M. Christophe BERTHIER	M. Jean-Michel VERPILLOT
M. Frédéric FAVERJON	M. Jean-Claude DECOMBARD	Mme Corinne PIOMBINO
Mme Sladana ZIVKOVIC	M. Laurent BOURGUIGNAT	M. Jean-Louis DUMONT
M. Dominique GRIMPRET	Mme Chantal OUTHIER	M. Patrick BAUDEMONT
M. Patrick MOREAU	M. Emmanuel BICHOT	M. Dominique SARTOR
M. Jean-Claude GIRARD	Mme Virginie VOISIN-VAIRELLES	Mme Michèle LIEVREMONT
Mme Anne DILLENSEGER	Mme Frédérique DESAUBLIAUX	M. Philippe BELLEVILLE
Mme Badiaâ MASLOUHI	M. Hervé BRUYERE	M. Gilbert MENU
M. Jean-Patrick MASSON	Mme Sandrine RICHARD	Mme Noëlle CABBILLARD
M. Benoît BORDAT	Mme Claudine DAL MOLIN	M. Adrien GUENE
M. Jean-Yves PIAN	M. Yves-Marie BRUGNOT	M. Cyril GAUCHER.

Membres absents :

Mme Chantal TROUWBORST	M. François DESEILLE pouvoir à M. Dominique GRIMPRET
M. Alain HOUPERT	Mme Océane CHARRET-GODARD pouvoir à M. Jean-Yves PIAN
M. François HELIE	M. Denis HAMEAU pouvoir à Mme Danielle JUBAN
M. Édouard CAVIN	M. Didier MARTIN pouvoir à M. Jean-Michel VERPILLOT
M. François NOWOTNY	M. Charles ROZOY pouvoir à M. Jean-Claude DECOMBARD
M. Jacques CARRELET DE LOISY	Mme Catherine VANDRIESSE pouvoir à M. Laurent BOURGUIGNAT
	M. Jean ESMONIN pouvoir à Mme Sandrine RICHARD
	Mme Louise MARIN pouvoir à M. Guillaume RUET
	Mme Lydie CHAMPION pouvoir à M. Rémi DETANG
	M. Damien THIEULEUX pouvoir à Mme Noëlle CABBILLARD.

OBJET : DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE ET ATTRACTIVITE

Adoption du schéma de développement du tourisme métropolitain 2019 - 2020

Dijon Métropole est aujourd'hui l'une des principales portes d'entrée du tourisme dans la région Bourgogne - Franche Comté. A travers son projet métropolitain adopté le 30 novembre 2017, Dijon – Métropole a défini le tourisme (fiche 8) comme une priorité stratégique en le considérant comme une filière économique propice à l'attractivité et au développement de l'emploi local.

Une démarche de définition d'un schéma de développement du tourisme métropolitain a été menée entre mai et septembre 2018. Elle a été très largement concertée et ouverte aux professionnels du tourisme de la destination, privés et publics. En particulier, les acteurs ont été conviés à s'exprimer et à travailler sur la définition de la stratégie tourisme (entretiens, séminaire stratégique, enquête en ligne).

Le diagnostic fait ressortir les atouts de la destination métropolitaine qui possède un territoire d'ores et déjà largement touristique avec la localisation de la métropole en Bourgogne et sur des flux de passage importants mais également avec un positionnement naturel sur le marché des courts séjours urbains et du tourisme d'affaires. L'activité touristique actuelle repose sur une offre patrimoniale et culturelle de grande qualité très attractive, soutenue par un important travail d'aménagement réalisé depuis plus de 10 ans (mobilité urbaine, piétonisation, grands équipements structurants...).

Mais au-delà de ce socle, Dijon-Métropole doit œuvrer à la différenciation de la destination et au développement de son attractivité par un travail d'image et de promotion, par la modernisation de la destination, par le rattachement fort de la métropole aux images de la Bourgogne (gastronomie, patrimoine) pour faire de la destination le « camp de la base » de la découverte de la Bourgogne .

Quatre segments de marché ont été priorisés :

- Les touristes culturels en court séjour urbain,
- Les clientèles de l'oenotourisme,
- Les clientèles du tourisme d'affaires (MICE pour Meetings, incentives, conferencing, exhibitions),
- Les clientèles étrangères en individuel, très rémunératrices.

Face à ces enjeux, la stratégie de développement se propose de renforcer la destination et son attractivité en allant au-delà des offres existantes pour proposer une expérience touristique unique et originale. Ainsi, la métropole se positionne comme un laboratoire d'expériences touristiques urbaines contemporaines mêlant toutes les thématiques de son offre et assurant le lien entre elles par un traitement festif, spectaculaire ou décalé. Cette stratégie se décline en une trentaine d'actions concrètes et opérationnelles.

Objectif 1 : Développer l'attractivité de la métropole sur ses 3 filières phares (city break, oenotourisme, MICE)

Le premier axe de travail (fiches actions 1 à 6) porte sur la modernisation de la destination de courts séjours urbains (médiation, événementiel, valorisation du canal de Bourgogne...).

Le deuxième axe (fiches actions 7 à 10) porte sur le développement de l'offre oenotouristique (CIGV, valorisation du vignoble, lien avec Chenôve et Marsannay).

Le troisième axe opérationnel (fiches actions 11 à 12) est de développer l'attractivité sur le tourisme d'affaires.

Enfin, deux actions (13 et 14) sont transversales autour de l'organisation d'événements professionnels (colloques nationaux, ...) sur les 3 filières phares de la métropole ainsi que le lancement d'un appel à projet pour des offres et expériences touristiques innovantes.

Objectif 2 : Maximiser les consommations touristiques des clientèles actuelles et mieux toucher les clientèles les plus rémunératrices

Le premier axe de travail (fiches actions 15 à 18) prévoit le développement de parcours de découverte à la journée depuis Dijon (Pass touristique, parcours de découverte des sites UNESCO de Bourgogne Franche-Comté par exemple), le développement de grands itinéraires nationaux thématiques (une route des grands vignobles avec la Champagne et le Bordelais), ainsi qu'un travail d'accompagnement des hébergeurs, en particulier les hôteliers indépendants, dans le cadre d'un schéma global de développement de l'hébergement.

Le deuxième axe (fiches actions 19 et 20) porte sur le renforcement de l'attractivité pour les clientèles étrangères lointaines avec le renforcement des démarchages internationaux et un accompagnement des professionnels à l'adaptation de leurs offres à ces clientèles.

Enfin le troisième axe de travail (fiche action 21) porte sur l'accueil avec une réflexion globale à mener sur les accueils de l'Office de tourisme en définissant un schéma d'accueil, en développant la formation des personnels dans une démarche d'excellence et en réfléchissant à l'évolution des lieux et dispositifs d'accueil de l'office.

Objectif 3 : Structurer la gouvernance pour mettre en œuvre efficacement la stratégie et mobiliser tous les acteurs

Le premier axe (fiches actions 22 à 25) porte sur l'adaptation des outils existants : commercialisation des produits touristiques et produits dérivés (boutiques de l'OT), renforcement de l'observation en lien avec les comités du tourisme départementaux et régionaux, évolution des éditions de l'office en lien avec la marque territoriale JustDijon, formation des acteurs publics et privés aux outils numérique.

Le second axe (fiches actions 26 à 29) porte sur la structuration de la gouvernance pour mieux impliquer l'ensemble des acteurs à travers des outils réguliers d'information, la mise en place de groupes thématiques au sein de l'office, la mise en place d'un groupe de travail spécifique des « grands acteurs », l'évolution des moyens humains de la Métropole et de l'OT pour porter et suivre la stratégie.

LE CONSEIL,
APRÈS EN AVOIR DÉLIBÉRÉ,
DÉCIDE :

- d'approuver le schéma de développement du tourisme métropolitain.

SCRUTIN : POUR : 72
CONTRE : 0

ABSTENTION : 1
NE SE PRONONCE PAS : 0

DONT 10 PROCURATION(S)