

COLLECTIF PATRIMOINE

CONVENTION DE PARTENARIAT 2021/2023

Entre les organismes suivants :

Bourgogne-Franche-Comté Tourisme, 5 avenue Garibaldi, 21000 Dijon, représenté par son Président, Monsieur Loïc NIEPCERON

Ci-après dénommé « **BFCT** »

et

Nom du partenaire :

Adresse :

.....

Représenté par (prénom/nom/fonction) :

N° de SIRET :

Adresse de facturation (si différente) :

.....

Représentant l'offre suivante :

Ci-après dénommé « **le Partenaire** »

Ci-après dénommés collectivement « Les Parties ».

PREAMBULE :

BFCT a initié début 2020 une réflexion sur sa stratégie marketing, pour donner suite à la validation par l'exécutif du Conseil régional de la stratégie d'attractivité pour la région Bourgogne-Franche-Comté, qui repose sur 5 éléments :

- 1- Une Région qui doit être unie sans être uniforme ;
- 2- Coopérer avec les territoires infras et mobiliser toutes les énergies locales pour émerger ;
- 3- Se raconter autrement que comme une addition d'anciennes régions ;
- 4- Passer d'un territoire désirable touristiquement à un territoire désirable globalement, en allumant le moteur des attractivités résidentielle et économique ;
- 5- Devenir la Région de référence autour du mode de vie sain et être un territoire accessible.

Cette réflexion, menée toute l'année 2020, a abouti à une nouvelle stratégie marketing qui s'articule autour de 3 axes stratégiques :

.

- 1- « **Raconter** » la nouvelle Région avec des noms de destination touristiquement puissants et évocateurs (**La Bourgogne, Montagnes du Jura, Vosges du sud**), pour rassembler l'ensemble des acteurs du territoire et séduire les clientèles visées. Cette clé d'entrée par destination – gérée chacune par un collectif ad hoc réunissant les destinations infra souhaitant collaborer – devient la pierre angulaire de la stratégie marketing, qui devra :
 - a. Décliner le positionnement de la stratégie d'attractivité sur son champ d'actions sur le territoire et avoir ainsi la capacité de créer un mouvement unitaire de l'ensemble des acteurs ;
 - b. Identifier la nature des cibles qu'elle veut cibler (en conquête et en fidélisation) ;
 - c. Définir les marchés émetteurs sur lesquels elle veut concentrer la majorité des moyens pour éviter toute dilution et piloter globalement les performances.

- 2- **Réorienter les collectifs filières** (patrimoine, itinérance, œnotourisme, tourisme d'affaires) vers une approche beaucoup plus marketing, pour qu'ils deviennent les « têtes de pont » sur les stratégies de contenus et de produits pour chacune des thématiques et plus uniquement des instances pour initier des actions de communication : ainsi, l'offre de services de ces collectifs filières est revue autour de 4 axes : la veille et l'observation, l'organisation et la structuration de l'offre sur le territoire, la formation des acteurs et la promotion auprès des clientèles d'experts de ladite filière pour lesquelles la destination importe peu.

- 3- **Mettre en œuvre un plan marketing régional global articulant les plans marketing des destinations**, assorti d'un pilotage pour mesurer l'efficacité des actions et ainsi activer les leviers nécessaires pour optimiser la pertinence des actions engagées et mieux rationaliser les choix d'orientations.

Cette nouvelle stratégie se concrétise en 2021 par la signature de **conventions** entre BFCT et des partenaires institutionnels ou socio-professionnels de la région, qui illustrent la volonté de BFCT de travailler en **partenariat**, pour mutualiser les efforts de chacun afin de développer dans un esprit collectif l'économie touristique de la région autour de 3 destinations (Bourgogne, Montagnes du Jura et Massif des Vosges) et de 4 filières-produits prioritaires (patrimoine, itinérance, œnotourisme et tourisme d'affaires).

IL EST CONVENU CE QUI SUIT :

Article 1 : Objet de la Convention

La présente Convention a pour objet de décrire les conditions et les modalités de collaboration entre les Parties, dans le cadre de la mise en œuvre par BFCT de sa stratégie marketing partagée, et notamment la mise en place du **collectif Patrimoine**, afin d'assurer le développement des offres patrimoniales en Bourgogne-Franche-Comté et leur valorisation collective en France et à l'international.

Avec pour enjeux principaux la montée en qualité des offres et la satisfaction des clients, ce collectif poursuit les objectifs suivants :

- déployer un marketing à 360° mieux coordonné,
- imaginer et mettre en marché des offres plus expérientielles et plus personnalisées, pour répondre aux attentes des différentes cibles (clientèles généralistes des destinations, clientèles expertes/affinitaires de la filière, habitants de la région Bourgogne-Franche-Comté).

Article 2 : Engagements de BFCT

BFCT s'engage à :

2.1. Proposer et mettre en œuvre un plan d'actions annuel en concertation avec les partenaires du collectif, en 4 axes :

- des actions de développement :
 - veille-observation : production de données-clés des filières, à la fois sur le territoire mais également au regard de l'univers concurrentiel, réalisation d'études de clientèles ou de marchés, mise à disposition d'outils...
 - ingénierie : accompagnement des membres à la segmentation de leurs offres en fonction des cibles, à la personnalisation des offres au fil du parcours-client...
 - formation : webinaires d'information, ateliers de formation, journées d'échanges de bonnes pratiques...
- des actions de promotion/communication envers des cibles experts/affinitaires, avec le meilleur mix-média entre :
 - de la production de contenus,
 - de la publicité (achats médias et campagnes de communication),
 - de l'influence (relations grand public, presse, influenceurs et AGV/TO),
 - des réseaux sociaux et des plateformes communautaires.
- des actions de promotion/communication envers des cibles généralistes :
 - sur proposition des collectifs-destinations, en fonction de leurs stratégies marketing respectives (cibles et marchés traités, mix-média privilégié),
 - avec un travail préalable pour les collectifs-filières de traduction dans les offres des promesses des marques de destination.
- des actions de promotion/communication envers les habitants de la région, sous la signature « Sortez chez vous en Bourgogne-Franche-Comté ».

2.2. Affecter les moyens humains et financiers nécessaires à la réalisation du plan d'actions, au mieux des intérêts des partenaires, et utiliser le budget mobilisé uniquement pour la réalisation du dit plan d'actions :

- pour l'année 2021, la participation financière de BFCT s'élève pour ce collectif à 133 830 €
- si son budget voté par le Conseil régional le permet, cette base sera reconduite sur les 2 prochaines années.

2.3. Communiquer au Partenaire toutes les informations et documentations utiles et assurer le bon fonctionnement des outils mis à sa disposition, notamment Décibelles Data.

Article 3 : Engagements du Partenaire

Afin de contribuer au et de bénéficier du plan d'actions du collectif Patrimoine coconstruit avec BFCT, le Partenaire s'engage à :

3.1. Assurer sa présence dans les instances du collectif le concernant et coopérer avec les autres adhérents pour la mise en œuvre et la bonne réalisation du plan d'actions.

3.2. Verser pour l'année 2021 une contribution de :€ TTC* (selon grille jointe en annexe).

Cette somme sera versée en un seul versement par virement à l'ordre de BFCT – Crédit coopératif – IBAN FR76 4255 9100 0008 0142 0446 293 après réception de la facture.

**Montant TTC car BFCT n'est pas assujetti à la TVA.*

3.3. Communiquer à BFCT toutes les informations et documentations utiles, saisir toutes les données nécessaires dans Décibelles Data, et fournir toute l'assistance raisonnablement nécessaire pour lui permettre d'exécuter, dans de bonnes conditions, les actions qui lui sont confiées aux termes de la présente convention.

Article 4 : Gouvernance

Une bonne gouvernance doit s'appuyer sur des principes de gestion et de coordination qui concilient efficacité et démocratie interne dans un esprit collégial qui doit prévaloir dans la création des collectifs.

La gouvernance du collectif Patrimoine s'exercera à trois niveaux :

- une instance plénière,
- un club des sites incontournables,
- des commissions thématiques.

4.1. L'instance plénière

L'instance plénière rassemble l'ensemble des membres du collectif.

BFCT anime cette instance et en organise les réunions.

Elle se réunit deux fois par an au minimum :

- une réunion destinée à la présentation et validation des budget et plan d'actions de l'année N, en début d'année N,
- une réunion destinée à la présentation du bilan de l'année N et des budget et plan d'actions prévisionnels de l'année N+1, au plus tard le 10 décembre de l'année N.

4.2. Le club des sites incontournables

Rassemblant les représentants des biens UNESCO, des grands sites et des sites emblématiques de la région emblématique de la filière, il se réunit autant que de besoin, à l'initiative de BFCT ou à la demande d'un de ses membres, pour la réalisation d'une action ou le déploiement d'un dispositif les concernant exclusivement.

4.3. Les commissions thématiques

En fonction du plan d'actions du collectif, BFCT initiera des commissions thématiques pour travailler sur tel ou tel sujet.

Ces commissions seront constituées sur la base du volontariat et des centres d'intérêt.

Elles se réuniront autant que de besoin et jusqu'à finalisation du sujet traité.

Article 5 : Durée

La présente Convention est conclue pour une période de 3 ans à compter du 1^{er} janvier 2021.

L'engagement financier est conclu pour la première année. Il sera formalisé pour les 2^{ème} et 3^{ème} exercices via la signature d'un bulletin annuel de ré-adhésion.

Article 6 : Confidentialité

Hormis dans le cadre des actions de communication réalisées dans le cadre du Projet, les Parties s'engagent à conserver confidentielles, tant pendant l'exécution de la Convention qu'après la fin de celle-ci, les informations de toute nature auxquelles elles pourraient avoir accès dans le cadre de l'exécution des présentes. Elles s'engagent également à faire respecter strictement cette obligation par leurs personnels et sous-traitants éventuels.

Article 7 : Résiliation

En cas d'inexécution ou de violation, par l'une des Parties, de l'une quelconque des dispositions de la Convention, celle-ci pourra être résiliée unilatéralement et de plein droit par l'autre Partie, 30 (trente) jours après l'envoi d'une mise en demeure par lettre recommandée avec accusé de réception (à compter de la première présentation de la LRAR), restée sans effet et ceci, sans préjudice de tous dommages et intérêts qui pourraient être réclamés à la Partie défaillante.

Par ailleurs, la présente Convention sera résiliée automatiquement et de plein droit dans l'hypothèse où, notamment par suite d'une modification législative ou réglementaire la concernant ou concernant ses activités, l'une ou l'autre des Parties se trouverait dans l'impossibilité de poursuivre la présente Convention.

Mais aucun Partenaire ne peut mettre fin à cette Convention et retirer sa participation au financement pendant et pour l'année en cours. Tout plan d'actions commencé est dû.

Enfin, le Partenaire peut résilier son adhésion au collectif pour l'année suivante en prévenant BFCT par lettre recommandée avec accusé de réception **avant le 15 novembre de l'année en cours** : ce courrier vaudra résiliation de la présente Convention. Le Partenaire ne sera pas en droit d'obtenir le remboursement de sa contribution pour l'année en cours.

Article 8 : Litiges

En cas de contestations, litiges ou autres différends sur l'interprétation ou l'exécution de la présente Convention, les Parties s'efforceront de parvenir à un règlement à l'amiable par voie de conciliation dans un délai de deux mois.

A défaut, les litiges seront portés à la connaissance des tribunaux compétents de droit commun.

Fait à Dijon, en deux exemplaires, le

Loïc NIEPCERON

.Nom – Prénom :

Président
BFCT

Fonction
Organisme