

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL

Conseil du 23 janvier 2023

Délibération n° 2023-1491

Commission pour avis : développement économique, numérique, insertion et emploi

Commission(s) consultée(s) pour information :

Commune(s) :

Objet : Association Office du tourisme de la Métropole de Lyon - Attribution d'une subvention de fonctionnement pour son programme d'actions 2023 - Adhésion de la Métropole à la Lyon City Card pour la Cité internationale de la gastronomie de Lyon

Service : Délégation Pilotage ingénierie administrative et financière - Direction Finances et contrôle de gestion

Rapporteur : Monsieur Jean-Michel Longueval

Président : Madame Béatrice Vessiller

Nombre de conseillers en exercice au jour de la séance : 150

Date de convocation du Conseil : vendredi 6 janvier 2023

Secrétaire élu(e) : Madame Claire Brossaud

Présents : Mme Arthaud, M. Artigny, Mme Asti-Lapperrière, M. Athanaze, Mme Augey, M. Azcué, M. Badouard, M. Bagnon, M. Barge, M. Barla, Mme Baume, M. Ben Itah, Mme Benahmed, M. Benzeghiba, M. Bernard, M. Blache, M. Blanchard, M. Blein, Mme Boffet, Mme Borbon, Mme Bouagga, Mme Bramet-Reynaud, Mme Brossaud, M. Brumm, Mme Brunel Vieira, M. Bub, M. Buffet, Mme Burillon, Mme Burricand, Mme Cabot, M. Camus, Mme Cardona, Mme Carrier, M. Chambon, M. Charmot, Mme Charnay, M. Chihi, M. Cochet, M. Cohen, Mme Collin, M. Corazzol, Mme Corsale, Mme Crédoz, Mme Crespy, Mme Creuze, Mme Croizier, M. Dalby, M. Da Passano, M. David, M. Debû, Mme Dehan, Mme Delaunay, M. Devinaz, M. Diop, M. Doganel, M. Doucet, Mme Dubois Bertrand, Mme Dubot, Mme Dupuy, Mme Duvivier Dromain, Mme Edery, Mme El Faloussi, Mme Etienne, Mme Fontaine, Mme Fontanges, Mme Fournillon, Mme Fréty, Mme Frier, M. Galliano, M. Gascon, Mme Geoffroy, Mme Georgel, M. Geourjon, M. Girard, Mme Giromagny, M. Godinot, M. Gomez, M. Grivel, Mme Groperrin, M. Groult, M. Guelpa-Bonaro, Mme Guerin, M. Haon, Mme Hémain, Mme Jannot, Mme Khelifi, M. Kimelfeld, M. Kohlhaas, Mme Lagarde, M. Lassagne, Mme Lecerf, M. Le Faou, M. Legendre, M. Longueval, M. Lungenstrass, M. Maire, M. Marion, M. Millet, M. Mône, M. Monot, Mme Moreira, M. Novak, Mme Panassier, M. Payre, M. Pelaez, Mme Percet, M. Perez, Mme Perriet-Roux, Mme Perrin-Gilbert, Mme Petiot, M. Petit, Mme Picard, Mme Picot, M. Pillon, Mme Popoff, M. Portier, Mme Pouzergue, Mme Prost, M. Quiniou, M. Rantonnet, M. Ray, Mme Reveyrand, Mme Roch, M. Rudigoz, Mme Runel, Mme Saint-Cyr, Mme Sarselli, Mme Sechaud, M. Seguin, M. Sellès, Mme Sibeud, M. Smati, Mme Subaï, M. Thevenieau, M. Uhlrich, Mme Vacher, M. Van Styvendael, M. Vergiat, Mme Vessiller, M. Vieira, M. Vincendet, M. Vincent, Mme Vullien, Mme Zdorovtsoff.

Absents excusés : Mme Chadier (pouvoir à M. Rantonnet), Mme Coin (pouvoir à M. Grivel), M. Collomb (pouvoir à M. Pelaez), M. Kabalo (pouvoir à Mme Prost), M. Marguin (pouvoir à M. Blache), Mme Nachury (pouvoir à Mme Croizier).

Conseil du 23 janvier 2023**Délibération n° 2023-1491**

Commission pour avis : développement économique, numérique, insertion et emploi

Commission(s) consultée(s) pour information :

Commune(s) :

Objet : Association Office du tourisme de la Métropole de Lyon - Attribution d'une subvention de fonctionnement pour son programme d'actions 2023 - Adhésion de la Métropole à la Lyon City Card pour la Cité internationale de la gastronomie de Lyon

Service : Délégation Pilotage ingénierie administrative et financière - Direction Finances et contrôle de gestion

Le Conseil,

Vu le rapport du 4 janvier 2023, par lequel monsieur le Président expose ce qui suit :

I - Contexte

Par arrêté préfectoral n° 7279 du 10 décembre 2009, la compétence tourisme a été transférée à la Communauté urbaine de Lyon, avec effet au 1^{er} janvier 2010.

Dans le cadre de ce transfert de compétence, une taxe de séjour a été instaurée sur le territoire de la Communauté urbaine et un Office du tourisme intercommunal du Grand Lyon a été créé, conformément aux statuts approuvés en assemblée générale extraordinaire le 24 novembre 2009. Ses missions sont :

- l'accueil et l'information des touristes,
- la promotion touristique du territoire à l'échelle internationale, nationale et locale,
- la production et la commercialisation des produits et prestations de services touristiques,
- le développement du tourisme d'affaires au travers du Bureau des Congrès et des Salons.

Au 1^{er} janvier 2015, la Métropole de Lyon s'est substituée de plein droit à la Communauté urbaine, devenant autorité compétente en matière de politique touristique sur l'ensemble de son territoire, en charge de la définition d'une stratégie touristique globale et de la promotion du tourisme d'affaires, de loisirs et de proximité.

Le secteur du tourisme occupe un rôle majeur dans l'économie et l'emploi du territoire métropolitain. En 2019, le tourisme générait 8,5 millions de nuitées marchandes et 38 000 emplois, soit près de 6 % des emplois présents sur la Métropole.

Alors que la crise et les restrictions sanitaires ont encore eu des impacts sur le secteur du tourisme et de l'événementiel au cours du 1^{er} trimestre 2022, la reprise d'activité s'est progressivement amorcée au mois d'avril. Jusqu'en novembre, les hôtels de la Métropole ont enregistré des taux d'occupation quasiment égaux ou supérieurs à ceux de l'année 2019, portés par une programmation événementielle et culturelle soutenue.

Environ 12 M€ ont été collectés, en 2022, au titre de la taxe de séjour, dont le produit est entièrement affecté à des moyens ou opérations servant à la promotion et au développement touristique.

La Métropole s'est dotée, fin 2021, d'un schéma directeur pour le développement du tourisme sur son territoire. Celui-ci fixe l'ambition et le cadre stratégique de la collectivité sur la période 2021-2026 au travers de 4 grands objectifs :

- un tourisme plus résilient pour affronter les crises, en renforçant les équilibres de la destination,
- un tourisme porteur d'emplois et de ressources,
- un tourisme écologiquement et socialement vertueux,

- un tourisme inclusif, participatif et respectueux pour les habitants de la Métropole.

Les orientations stratégiques fixées pour atteindre ces objectifs ont vocation à être déclinées de manière opérationnelle avec l'Office du tourisme de la Métropole.

Le programme d'actions 2023 de l'Office du tourisme s'inscrit ainsi en parfaite cohérence avec le cadre stratégique de la Métropole.

II - Bilan des actions 2022

Le bilan présenté ci-dessous se fonde sur les chiffres d'activité de l'Office du tourisme à fin novembre 2022.

1° - Accueil, information et guidage des touristes (service Visitez Lyon)

Le service Visitez Lyon regroupe les équipes en charge de l'accueil des touristes et celles du Bureau des guides de l'Office du tourisme.

Ont été dénombrés 177 785 visiteurs reçus, à fin novembre 2022, par un conseiller séjour au sein du Pavillon de l'Office du tourisme à Bellecour. Ce chiffre est en forte hausse par rapport à 2021 mais reste inférieur de 45 % à ce qu'il était en 2019 à la même période. Il a toutefois été partiellement compensé par la progression d'autres canaux comme l'accueil téléphonique, les courriels et les tchats sur les sites Internet.

Deux nouveaux points d'accueils ont été labellisés en 2022 : le point info de Villeurbanne capitale française de la culture 2022 et le Musée des Confluences. La destination compte, ainsi, 42 points d'accueil labellisés fin 2022, ce qui représente un réseau de plus de 300 accueillants formés à l'accueil touristique.

À fin novembre 2022, le nombre de participants aux visites guidées était en progression par rapport à 2021 (63 217 participants en 2022 contre 27 371 en 2021 sur la même période), mais restait cependant en-dessous de ce qu'il était en 2019. Des nouvelles visites ont été organisées en résonance avec la Biennale de Lyon et l'actualité de la destination, comme la réouverture de la Cité internationale de la gastronomie avec l'exposition Banquet. À noter, également, la reprise des visites de l'Usine des eaux de Caluire-et-Cuire.

Deux journées Visitez Lyon !, permettant aux habitants de découvrir leur territoire grâce à une offre de visites gratuites, se sont tenues en mars et octobre 2022. Elles ont, chacune, enregistré plus de 600 participants et impliqué une dizaine de partenaires adhérents de l'Office du tourisme.

Cinq volontaires du tourisme, en mission de service civique, ont réalisé des accueils mobiles à l'aide d'un triporteur, d'avril à octobre 2022, dans le périmètre de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO).

Enfin, les ventes de Lyon City Cards ont repris de manière plus conséquente en 2022. Ainsi, 924 k€ ont été facturés à fin novembre 2022, soit une baisse de 20 % par rapport à fin novembre 2019.

2° - Promotion et presse

Parmi les actions de promotion auprès du grand public réalisées en 2022, on peut citer :

- la mise en œuvre d'une opération de communication digitale d'envergure, intitulée 100 nuits offertes, réalisée en partenariat avec les hôteliers du territoire et à destination des visiteurs français, belges et suisses. Cette opération a donné lieu à 16 000 inscriptions directes au jeu concours et a permis de toucher au final plus d'un million de personnes,

- la poursuite de la distribution du magazine trimestriel A La Lyonnaise, qui s'adresse à la fois aux habitants et aux visiteurs (environ 40 000 exemplaires diffusés avec 4 numéros par an).

La promotion auprès des professionnels a fait l'objet des actions suivantes :

- la participation de l'Office du tourisme à l'événement Rendez-vous en France, organisé par Atout France, et au salon *International French Travel Market* (IFTM) Top Resa qui compte parmi les principaux salons des professionnels du tourisme français,

- l'accueil de tour-opérateurs, en amont du salon Green France, dans le cadre d'un éductour à vélo autour de la Vallée de la gastronomie,

- la participation au *Workshop Explore France* à Amsterdam, avec Atout France, sur la thématique du tourisme durable,

- l'accueil de tour-opérateurs américains et canadiens, également dans le cadre d'éductours,

- le nombre de journalistes accueillis en 2022 (109) est en progression par rapport à 2021 (49). Les retombées presse sont en hausse de 33 % par rapport à 2021 (365 contre 317). Parmi ces retombées presse, 15 % sont internationales.

3° - Bureau des Congrès et des Salons

Le Bureau des Congrès et des Salons a pour mission la promotion de Lyon, au niveau national et international, comme destination de tourisme d'affaires, dans le but de générer des manifestations professionnelles sur le territoire de la Métropole.

Les résultats des dossiers de candidature portés avec le Bureau des Congrès et des Salons font état de 142 890 journées congressistes gagnées à fin novembre, pour les années 2022 et suivantes, soit 73 % de plus par rapport à la même période en 2021 et 25% de moins par rapport à 2019, cette baisse étant directement liée aux conséquences de la crise Covid.

Le Bureau des Congrès et des Salons a réalisé, au cours de l'année 2022, une vidéo axée sur le tourisme d'affaires et un outil de visite virtuelle PlongezdansLyon, carte interactive permettant de visiter 24 lieux de réception et réunion de la destination.

Les équipes du Bureau des Congrès et des Salons étaient présentes, comme chaque année, lors des 2 salons internationaux de référence du secteur : les salons IMEX à Francfort et IBTM à Barcelone.

Enfin, 133 prescripteurs d'agences ont été accueillis et 4 visites d'inspection des Congrès ont été menées sur la période.

4° - Tourisme responsable

Un service spécifiquement dédié au tourisme responsable a été créé en 2022 au sein de l'Office du tourisme. Celui-ci a pour mission d'accompagner la transition vers un tourisme durable de la structure de l'Office du tourisme, grâce au déploiement d'une démarche de responsabilité sociétale des entreprises, mais aussi des professionnels de la destination, en leur apportant un appui technique et/ou financier dans la montée en compétence et la transformation de leur offre.

En 2022, le service tourisme responsable a poursuivi la participation de la destination au référentiel *Global Destination Sustainability Index* (GDS-Index). Lyon a obtenu la 11^{ème} place au classement mondial des villes d'accueil d'événements les plus performantes en matière de tourisme responsable avec un score en progression de 3,5 points (83 % contre 79,5 % en 2021).

Suite à un audit, l'Office du tourisme a obtenu la certification ISO 20121, au titre de l'organisation et de l'accueil d'événements professionnels et grand public, et de la promotion du territoire.

Grâce au fonds dédié constitué en 2021 en faveur du développement d'un tourisme plus responsable, l'association a pu mener les actions suivantes :

- le lancement d'un appel à candidatures, auprès des socio-professionnels, au titre du dispositif d'aides à l'éco-labellisation des activités touristiques. En 2022, 39 candidatures ont été acceptées dans le cadre de ce dispositif,

- le lancement de l'opération grand public #gourdefriendly, avec près de 75 partenaires engagés fin 2022. Ce réseau fédère des professionnels de la destination accueillant du public, tels que les bars, restaurants, hôtels ou commerces, qui acceptent de devenir des points de remplissage d'eau gratuits pour les habitants et pour les visiteurs,

- la poursuite du déploiement du label Accueil vélo : 12 nouvelles structures ont été labélisées en 2022, portant à 44 le nombre de structures Accueil vélo sur le territoire,

- le lancement du site www.tourisme-different.com spécifiquement dédié aux actions déployées sur la destination pour un tourisme plus responsable. Ce site a aussi pour objet de consulter et impliquer les professionnels, les habitants et les visiteurs *via* des questionnaires en ligne (plus de 300 retours de consultations avaient été enregistrés à fin novembre 2022).

5° - Marketing et communication

L'Office du tourisme a élargi, en 2022, le réseau de diffusion du magazine A la Lyonnaise, avec plus de 400 points de diffusion existants. La visibilité du média A la Lyonnaise sur les réseaux sociaux est également en progression (plus de 5 000 abonnés sur Instagram). Sa diffusion, *via* des partenariats, a aussi été favorisée lors

d'évènements (Nuits de Fourvière, Filmoramax, Festival Lumière, etc.).

La campagne d'adhésions 2022 à l'Office du tourisme a abouti à un nombre d'adhésions supérieur à celui de l'année précédente (569 adhérents en 2022 contre 455 adhérents en 2021) mais qui reste toutefois inférieur à celui de 2019 (685 adhérents en 2019).

À noter qu'en 2022, l'Office du tourisme a lancé un principe d'adhésions solidaires et éco-labellisées permettant aux adhérents sous statut d'entreprise solidaire d'utilité sociale (ESUS) et aux adhérents engagés dans une démarche d'éco-labellisation de bénéficier d'une réduction de 15 % sur le montant de leurs cotisations. Vingt-trois adhérents et 4 ESUS ont bénéficié de ces nouveaux principes d'adhésions.

Enfin, dans le cadre de la valorisation d'un tourisme plus responsable sur la destination, l'Office du tourisme a proposé des contenus estivaux, tels que balades et randonnées accessibles en mode doux, et a aussi déployé un partenariat avec les transports express régionaux (TER).

III - Objectifs et programme d'actions 2023

Au travers de son programme d'actions 2023, annexé à la convention jointe à la présente délibération, l'Office du tourisme de la Métropole prévoit les actions suivantes :

1° - Accueil, information et guidage des touristes (service Visitez Lyon)

Le service Visitez Lyon continuera de mener, en 2023, des actions de promotion et de conseils personnalisés avant, pendant et après le séjour des visiteurs. Cela passera notamment par :

- un renforcement de l'expertise des conseillers en séjour du pavillon d'accueil sur l'ensemble des offres touristiques du territoire, afin d'accroître la visibilité de celles-ci auprès des visiteurs,
- la poursuite de l'animation et de la formation des personnels accueillants dans les points d'accueil labellisés,
- une montée en puissance de l'accueil des touristes en mobilité, avec les volontaires du tourisme en service civique, sur des sites ou des moments clés de l'année 2023 (entrée des traboules conventionnées, Coupe du monde de rugby, journées européennes du patrimoine, etc.),
- le recrutement, dans les communes de la Métropole, de nouveaux *Lyon City Greeters*, réseau d'habitants qui font bénévolement découvrir leur territoire à des visiteurs selon leurs centres d'intérêt. L'objectif est de pouvoir proposer environ 300 balades par an,
- l'adaptation de l'offre de visites guidées en fonction de l'actualité, des grands évènements de la destination et du maillage nécessaire sur tout le territoire de la Métropole.

2° - Promotion et presse

En concordance avec la stratégie définie dans le schéma de développement touristique de la Métropole, les actions de promotion et de communication de l'Office du tourisme porteront de manière prioritaire sur les marchés de proximité (Grand Lyonnais, proche région et France) et sur les clientèles de proximité en Europe, en privilégiant les destinations accessibles en train (axe TGV et liaisons TER).

Dans ce cadre, l'Office du tourisme portera, notamment, les actions suivantes :

- l'organisation d'une tournée européenne de promotion en train, intitulée Lyoncomotive, avec 3 premières étapes identifiées en 2023 : Bruxelles, Lausanne et Turin,
- la mise en œuvre d'opérations de promotion autour de la Coupe du monde de rugby 2023, en particulier auprès des journalistes,
- la poursuite de la promotion du magazine A La Lyonnaise et de la Lyon City Card 365 dans la Métropole et la Région Auvergne-Rhône-Alpes,
- le développement de partenariats avec des influenceurs/blogueurs voyage,
- l'organisation d'éducteurs thématiques ciblant le marché nord-américain,
- la sélection d'une agence de relations publiques locale sur une ville européenne test pour appréhender de manière plus fine les attentes du public local.

3° - Bureau des Congrès et des Salons

Afin de conforter la reprise des activités événementielles, des opérations seront menées sur les marchés français et européens en priorité, les marchés américains et canadiens en complément. Le Bureau des Congrès et des Salons participera ainsi aux principaux salons professionnels en matière de tourisme d'affaires (IBTM, IMEX et HEAVENT), ainsi qu'à des *workshops* et des opérations de relations publiques (à Paris, Londres et

Bruxelles).

Le Bureau des Congrès et de Salons poursuivra également la mobilisation des relais locaux d'associations internationales pour l'accueil des grands congrès scientifiques et médicaux. Il ciblera, en particulier, les congrès de plus de 3 jours et en lien avec les sujets des politiques métropolitaines. L'objectif est de déposer 35 dossiers de candidature pour des congrès nationaux et internationaux.

Par ailleurs, le développement d'un tourisme d'affaires responsable étant un facteur compétitif important, le Bureau des Congrès et des Salons accentuera les actions entreprises en ce sens, *via*, en particulier, un accompagnement des organisateurs et des prestataires pour tenir, sur le territoire, des événements plus vertueux tant sur le plan environnemental que social.

La mobilisation des acteurs locaux autour du dispositif d'accueil *Welcome By ONLYLYON* sera poursuivie en développant les liens avec les organisateurs de salons pour promouvoir l'offre touristique sur leurs sites Internet.

4° - Tourisme responsable

L'Office du tourisme poursuivra son soutien aux professionnels dans leur transition pour un tourisme plus responsable : démarches d'éco-labellisation des prestataires touristiques, analyse de l'empreinte carbone, labels inclusifs, dispositifs facilitants, etc. En fonction des attentes des professionnels, ce soutien pourra être individualisé, avec, par exemple, des séances de formation à la responsabilité sociétale des entreprises et au développement durable, animées par l'équipe de l'Office du tourisme, ou encore un accompagnement supplémentaire pour l'éco-labellisation.

En 2023, l'association se fixe les objectifs suivants :

- +50 % d'établissement éco-labellisés,
- 150 établissements engagés dans le dispositif #gourdefriendly,
- 60 établissements labellisés accueil vélo,
- 50 établissements engagés dans des démarches accessibilité et handicap.

L'Office du tourisme développera des actions de sensibilisation auprès des professionnels, des touristes et des habitants sur les thématiques suivantes : gestion des déchets, économie circulaire, démarche responsabilité sociétale des entreprises, fresque du climat, alimentation durable, être un voyageur responsable, etc.

Il alimentera, par ailleurs, ses réflexions sur le contenu des actions à mener en matière de tourisme responsable, en animant un groupe d'échanges avec les habitants, *via* le site www.tourisme-different.com.

De plus, il procédera à une première mesure des impacts générés par ses actions et celles des premiers acteurs engagés à ses côtés en faveur d'un tourisme plus responsable.

Les adhérents de l'Office du tourisme seront accompagnés et soutenus dans leurs enjeux liés aux difficultés de recrutement, en partenariat avec la Métropole (participation à l'organisation d'événements comme le Festival des métiers de l'hôtellerie, restauration, événementiel et mise à disposition d'outils tels que la plateforme "je ne suis pas un cv", etc.).

Ces actions seront financées au travers de la mobilisation d'une partie du fonds en faveur du développement d'un tourisme plus responsable.

5° - Marketing et communication

En 2023, les actions marketing et communication porteront principalement sur :

- le soutien au déploiement de la marque A la Lyonnaise au niveau local : diffusion du magazine, partenariats événementiels, etc.,
- la poursuite du développement de la Lyon City Card, notamment, dans sa version 365 jours, destinée aux habitantes et habitants de la Métropole (avec un objectif de retour à un niveau de ventes de 2019),
- l'optimisation de l'écosystème digital de l'Office du tourisme et le maillage de ses différents sites web, afin d'améliorer les performances éditoriales et commerciales,
- le renforcement de la visibilité des contenus de l'Office du tourisme sur les réseaux sociaux grand public et professionnels, en lien avec la cellule de la marque ONLYLYON,
- la poursuite de l'utilisation de l'outil de gestion de base de données et de relation clients ONLYLYON Expérience et des réseaux sociaux, pour mieux communiquer auprès des visiteurs avant, pendant et après leur visite,
- le développement de la valorisation et de la lisibilité d'un tourisme plus responsable pour la destination,
- l'amélioration de la connaissance des visiteurs à travers différentes enquêtes saisonnières et campagnes de

qualification des contacts de l'Office du tourisme.

IV - Fonds dédiés 2021 - prolongation de la durée d'utilisation

Pour rappel, par avenant n° 1 à la convention attributive de subvention de fonctionnement 2021 du 31 janvier 2021 entre la Métropole et l'Office du tourisme, la quote-part du résultat net 2020 de l'Office du tourisme, liée à la subvention de fonctionnement 2020 de la Métropole, soit 294 584,81 €, a été réaffectée à la mise en œuvre d'actions en faveur du développement d'un tourisme plus responsable, tant sur le plan environnemental que social, via un fonds mobilisable sur une période allant de 2021 à 2023. Lesdites actions correspondent à des actions d'accompagnement et de formation des socio-professionnels du territoire dans des démarches et pratiques plus responsables (par exemple : obtention de certifications écolabels) et à des actions de communication et de valorisation du tourisme responsable à destination des professionnels, des touristes et des habitants.

L'Office du tourisme sollicite la Métropole afin de prolonger de 2 ans la durée d'utilisation de ce fonds dédiés (jusqu'à fin 2025). En effet, la mobilisation des socio-professionnels dans les dispositifs d'éco-labelisation requiert, au préalable, des efforts, plus ou moins longs, de communication, de sensibilisation et de formation, de la part de l'Office du tourisme. Un temps supplémentaire est donc nécessaire afin de convaincre un maximum de socioprofessionnels de l'utilité et de la pertinence de recourir à ces dispositifs.

V - Budget prévisionnel 2023

Pour l'exercice 2023, l'Office du tourisme sollicite, auprès de la Métropole, une subvention de fonctionnement de 4 713 640 €.

| Charges | Budget 2023 (en k€) | Produits | Budget 2023 (en k€) |
|--|------------------------|--|------------------------|
| dépenses opérationnelles | 1 343 | Métropole de Lyon | 4 714 |
| dont : | | quote-part amortissement subventions d'équipement Métropole | 19 |
| <i>tourisme de loisirs et presse</i> | 266 | aides ou subventions État | 29 |
| <i>tourisme d'affaires</i> | 405 | utilisation fonds dédiés - tourisme responsable | 100 |
| <i>tourisme proximité</i> | 72 | ressources propres dont : | 2 698 |
| <i>marketing / communication</i> | 500 | <i>cotisations</i> | 535 |
| <i>fonds dédiés - tourisme responsable</i> | 100 | <i>participations</i> | 79 |
| achats sur ventes | 990 | <i>commissions centrale de réservation</i> | 50 |
| frais de personnel | 4 470 | <i>ventes Lyon City Cards</i> | 1 269 |
| frais généraux et impôts | 591 | <i>ventes visites guidées</i> | 621 |
| dotation aux amortissements | 164 | <i>ventes de publicités</i> | 144 |
| frais financiers | 2 | | |
| Total | 7 560 | Total | 7 560 |

VI - Adhésion de la Métropole à la Lyon City Card pour la Cité internationale de la gastronomie de Lyon

L'Office du tourisme propose, dans le cadre de sa mission de développement du tourisme, une carte Lyon City Card. Elle permet, à son détenteur, de bénéficier d'un certain nombre de prestations gratuites ou de réductions dans un grand nombre d'établissements culturels publics ou privés. En 2022, plus de 30 000 cartes ont été vendues par l'Office du tourisme et près de 30 000 entrées ont été enregistrées pour les seuls musées partenaires de l'agglomération lyonnaise.

Il est ainsi proposé de mettre en place cette collaboration, entre la Métropole et l'Office du tourisme, pour la Cité internationale de la gastronomie de Lyon, par une convention de partenariat jointe au dossier.

Cette convention a pour objet de définir les conditions dans lesquelles la Métropole accorde l'accès à la Cité internationale de la gastronomie de Lyon aux détenteurs de la carte Lyon City Card, commercialisée par l'Office du tourisme. Cette convention est conclue pour une durée d'un an, renouvelable tacitement chaque année.

Dans ce cadre, les détenteurs de la carte Lyon City Card pourront accéder gratuitement, une seule fois, à la Cité internationale de la gastronomie de Lyon. L'Office du tourisme prendra à sa charge le coût de ces entrées au musée sur la base de tarifs remisés : 50 % du tarif public pour les entrées adultes/étudiants et gratuité pour les moins de 18 ans. L'Office du tourisme s'engage ensuite à reverser à la Métropole 50 % du tarif public ;

Vu ledit dossier ;

Ouï l'avis de sa commission développement économique, numérique, insertion et emploi ;

DELIBERE

1° - Approuve :

a) - l'attribution d'une subvention de fonctionnement d'un montant de 4 713 640 € à l'Office du tourisme de la Métropole pour son programme d'actions 2023,

b) - la prolongation, pour une durée supplémentaire de 2 ans (échéance à fin 2025), de l'utilisation du fonds dédié en faveur du développement d'un tourisme plus responsable, initialement constitué en 2021 par la réaffectation de la quote-part de l'excédent 2020 de l'Office du tourisme de la Métropole correspondant à la subvention de fonctionnement de la Métropole,

c) - la convention annuelle à passer entre la Métropole et l'Office du tourisme de la Métropole pour la réalisation de son programme d'actions 2023, définissant, notamment, les conditions d'utilisation de la subvention,

d) - la convention relative à l'adhésion de la Métropole à la Lyon City Card pour la Cité internationale de la gastronomie de Lyon.

2° - **Autorise** le Président de la Métropole à signer lesdites conventions et à prendre toute mesure nécessaire à l'exécution de la présente délibération.

3° - **La dépense** de fonctionnement résultant de la convention annuelle, soit 4 713 640 €, sera imputée sur les crédits inscrits au budget principal - exercice 2023 - chapitre 65 - opération n° 0P04O2080.

4° - **La recette** de fonctionnement résultant de la convention liée à l'adhésion de la Métropole à la Lyon City Card pour la Cité internationale de la gastronomie de Lyon sera imputée sur les crédits inscrits et à inscrire au budget principal exercices 2023 et suivants - chapitre 70 - opération n° 0P33O9246.

Et ont signé les membres présents,
pour extrait conforme.

Publié le : 25 janvier 2023

| |
|--|
| Date de télétransmission : Date de réception préfecture : 25 janvier 2023 |
|--|