



EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

Conseillers en exercice : 65

Date de Publicité : 28/01/20

Reçu en Préfecture le : 31/01/20
CERTIFIÉ EXACT,

Séance du lundi 27 janvier 2020
D - 2020 / 5

Aujourd'hui 27 janvier 2020, à 15h00,

le Conseil Municipal de la Ville de Bordeaux s'est réuni à Bordeaux, sous la présidence de

Monsieur Nicolas FLORIAN - Maire

Etaient Présents :

Monsieur Pierre HURMIC, Madame Emmanuelle AJON, Monsieur Jean-Louis DAVID, Madame Maribel BERNARD, Monsieur Nicolas BRUGERE, Madame Delphine JAMET, Madame Anne BREZILLON, Monsieur Didier CAZABONNE, Mme Anne-Marie CAZALET, Monsieur Yohan DAVID, Madame Brigitte COLLET, Monsieur Stephan DELAUX, Madame Emmanuelle CUNY, Madame Laurence DESSERTINE, Monsieur Jean-Michel GAUTE, Madame Magali FRONZES, Monsieur Pierre LOTHAIRE, Madame Emilie KUZIEW, Monsieur Jérôme SIRI, Madame Arielle PIAZZA, Monsieur Joël SOLARI, Madame Elizabeth TOUTON, Madame Ana maria TORRES, Monsieur Jean-Pierre GUYOMARCH, Madame Mariette LABORDE, Madame Marie-Françoise LIRE, Monsieur Erick AOUIZERATE, Monsieur Philippe FRAILE MARTIN, Madame Marie-Hélène VILLANOVE, Madame Florence FORZY-RAFFARD, Monsieur Alain SILVESTRE, Madame Marie-José DEL REY, Monsieur Guy ACCOCEBERRY, Monsieur Edouard du PARC, Madame Sandrine RENOU, Madame Estelle GENTILLEAU, Monsieur Marc LAFOSSE, Monsieur Yassine LOUIMI, Mme Laetitia ROY, Madame Cécile MIGLIORE, Monsieur Gérald CARMONA, Monsieur Pierre De Gaétan NJIKAM MOULIOM, Madame Chantal FRATTI, Madame Nathalie DELATTRE, Monsieur Nicolas FLORIAN, Madame Alexandra SIARRI, Madame Michèle DELAUNAY, Monsieur Marik FETOUH, Monsieur Fabien ROBERT, Monsieur Nicolas GUENRO, Monsieur Matthieu ROUYEYRE, Madame Catherine BOUILHET, Monsieur François JAY,

Excusés :

Madame Anne WALRYCK, Monsieur Michel DUCHENE, Madame Solène COUCAUD-CHAZAL, Madame Stéphanie GIVERNAUD, Monsieur Olivier DOXARAN, Monsieur Vincent FELTESSE

Fondation pour la culture et les civilisations du vin. Analyse économique et financière 2016/2018. Information.

Monsieur Fabien ROBERT, Conseiller municipal, présente le rapport suivant :

Mesdames, Messieurs,

Suivant les recommandations de la cour régionale des comptes (CRC) de porter à la connaissance du conseil municipal une fois par an les comptes annuels de la fondation pour la culture et les civilisations du vin, ainsi que son bilan d'activité,

Le présent document se propose de faire une analyse économique et financière commentée de l'activité de la fondation pour la période 2016-2018.

1-Préambule

La fondation pour la culture et les civilisations du vin a pour objet la défense, la valorisation et la transmission de la dimension culturelle du vin en tant que patrimoine universel et vivant.

Elle s'attache à favoriser l'accessibilité culturelle, intellectuelle et sensorielle de ce patrimoine au public le plus large possible en offrant un regard renouvelé et innovant.

Reconnue d'utilité publique par décret du 11 décembre 2014, elle a pris le relais de l'activité de l'association de préfiguration de la Cité des civilisations du vin (CCTV) qui, depuis 2009, portait le projet aux côtés de la ville de Bordeaux et des co-financeurs publics et privés.

Depuis l'édification du bâtiment mis à sa disposition par la ville de Bordeaux en 2016, la fondation assure l'exploitation et le développement des activités de la cité.

2-Gouvernance et environnement juridique

A la création de la fondation, la ville de Bordeaux, le conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB), le crédit agricole d'Aquitaine et la Fondation Clarence and Anne Dillon Trust ont apporté chacun, en tant que fondateurs, 375 000 € de dotation et 125 000 € de fonds de réserve à la Fondation.

Conformément à ses statuts, la fondation est dirigée par un conseil d'administration composé de représentants des membres fondateurs avec 3 collèges :

- le collège des fondateurs ;
- le collège des personnes qualifiées ;
- le collège des amis.

Dans le respect de l'article 7 de ses statuts, il a été créé un comité d'orientation culturelle composé de 12 membres, nommés pour un mandat de 3 ans reconductible, répartis entre les 3 collèges ci-dessus.

Au cours de l'exercice 2015, la ville de Bordeaux a signé pour 12 ans une convention de mise à disposition gratuite de la cité du vin à la fondation.

L'association CCTV, qui n'a plus d'activité à ce jour mais qui existe toujours, a réalisé en janvier 2015 un apport partiel d'actif à la fondation portant sur le transfert des salariés, du matériel et du mobilier de l'association.

Parallèlement, pour mener à bien ses missions, il a été créé en 2011 un fonds de dotation dont l'objet social, à l'origine, était uniquement de récolter des dons pour la construction de la cité et les reverser à la ville de Bordeaux.

Ce fonds de dotation est administré par un conseil d'administration composé de quatre membres dont :

- un représentant de la ville de Bordeaux ;
- un représentant de l'association ;
- deux membres cooptés par les fondateurs nommés pour une durée de trois ans.

Prédestiné à être dissout dans les 6 mois suivant l'ouverture de la cité du vin, les statuts du fonds ont été modifiés en 2014 afin de lui conférer une durée de vie indéterminée et lui permettre d'apporter son aide à l'exploitant, y compris dans la recherche de l'équilibre de fonctionnement des activités culturelles.

Enfin, la fondation a institué depuis son ouverture son propre mécénat auprès des entreprises et des particuliers afin de financer la programmation culturelle, apportant ainsi une manne financière à l'exploitation.

3-Les coûts pour la ville de Bordeaux

3-1-Le coût de construction et son financement

Le coût de la construction de la cité du vin tel que détaillé dans le rapport d'observations définitives cour régionale des comptes-CRC de 2017 et repris dans le tableau ci-après s'est élevé à 83 M € HT à la date de livraison.

Des dépassements ont été constatés sur les postes gros œuvre/clos couvert et second œuvre, du fait d'une sous-estimation de ces lots.

Investissement montant € HT (source des données : ville)	1-estimation avant- projet définitif (APD) juillet 2012	1 bis-estimation APD après actualisation des prix par la ville (*5,71 %)	2-estimation toutes dépenses confondues (TDC) juillet 2014	3-estimation fournie par la ville en septembre 2016	4-estimation au vu des marchés	5-estimation au vu des marchés et des avenants	6-écart entre APD et estimation au vu des marchés et des avenants
Sous-total construction et maîtrise d'œuvre	52 182 754	55 164 626	60 454 846	63 727 006	60 588 235	64 694 989	12 512 235
Construction	45 000 000	47 571 429	52 653 018	55 676 708	53 405 481	56 584 803	11 584 803
Travaux bâtiment	35 700 000	37 740 000	44 206 682	47 385 788	45 388 952	48 293 883	12 593 883
dont Gros œuvre / clos couvert	20 100 000	21 248 571	27 026 859	28 656 497	28 216 921	29 585 592	9 485 592
dont Lots techniques	9 300 000	9 831 429	7 357 562	8 744 700	7 702 906	8 744 710	-555 290
dont Lots second œuvre	6 300 000	6 660 000	9 822 261	9 984 591	9 469 124	9 963 581	3 663 581
Amenagements extérieurs et VRD	1 300 000	1 374 286	1 426 129	1 638 746	1 493 917	1 638 746	338 746
Scénographie	8 000 000	8 457 143	7 020 207	6 652 174	6 522 612	6 652 174	-1 347 826
Honoraires maîtrise d'œuvre	7 182 754	7 593 197	7 801 828	8 050 298	7 182 754	8 110 186	927 432
dont Mission de base -bâtiment et VRD	4 279 088	4 523 607	4 030 872	4 030 872	4 279 088	4 030 872	-248 216
dont Missions complémentaires -bâtiment et VRD et scéno	1 164 413	1 230 951	2 031 703	2 280 173	1 164 413	2 340 061	1 175 648
dont Mission de base -scénographie	1 739 253	1 838 639	1 739 253	1 739 253	1 739 253	1 739 253	0
Autres honoraires et assurances	1 750 000	1 850 000	3 001 080	3 616 703	3 432 739	3 631 719	1 881 719
dont Honoraires AMO et autres missions	740 000	782 286	1 136 116	1 503 240	1 342 540	1 541 520	801 520
dont Indemnités concours et dialogue f divers	600 000	634 286	907 007	949 404	948 177	948 177	348 177
dont Assurances	410 000	433 429	957 957	1 164 059	1 142 022	1 142 022	732 022
Foncier	3 380 000	3 573 143	3 626 391	4 069 325	3 969 110	4 058 228	678 228
dont Achat	2 100 000	2 220 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	2 100 000	0
dont Démolition et dépollution	440 000	465 143	527 875	527 875	438 757	527 875	87 875
dont Concessions et études géotechniques	840 000	888 000	998 516	1 441 450	1 430 352	1 430 352	590 352
Productions multimédias	5 320 000	5 624 000	5 328 087	4 721 221	4 402 529	4 651 062	-668 938
dont productions multimédia	4 840 000	5 116 571	4 646 138	4 004 272	3 713 380	3 926 913	-913 087
dont Honoraires (maîtrise d'œuvre et conception)	480 000	507 429	681 949	716 949	689 149	724 149	244 149
Amenagements spécifiques et systèmes d'information	0	0	3 355 057	4 011 534	3 764 602	3 788 179	3 788 179
dont Equipements, mobiliers et autres agencements			1 270 057	2 174 634	1 931 057	1 954 634	1 954 634
dont Système d'information (compagnon de visite)			2 085 000	1 836 900	1 833 545	1 833 545	1 833 545
Total opérations avant "provisions"	62 632 754	66 211 769	75 765 461	80 145 789	76 157 215	80 824 177	18 191 423
"Provisions financières " à la date de livraison	400 000	422 857	5 377 504	997 176	5 377 504	907 328	507 328
dont Actualisation des prix			3 733 012	227 737	3 733 012	227 225	227 225
dont Aléas	400 000	422 857	1 644 492	769 439	1 644 492	680 103	280 103
protocole transactionnel avec maître d'œuvre						600 000	600 000
Création ponton de la cité du vin						734 552	734 552
total opération HT à la date de livraison	63 032 754	66 634 626	81 142 965	81 142 965	81 534 719	83 066 057	20 033 303

Sur ce projet, 50 M€ ont été financé par des financements externes privés et public ; le solde pris en charges par la ville de Bordeaux s'est élevé à 33 M€.

En tant que maître d'ouvrage, la ville a dû en effet, assumer seule l'intégralité des surcoûts de travaux.

Financements externes	prévision APD 2012	définitif
Mécénat (versement du fonds de dotation à Ville)	15 000 000	15 000 000 (1)
FEDER	12 000 000	12 000 000
Métropole	8 500 000	8 500 000
Conseil régional	5 500 000	5 500 000
Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB)	5 500 000	5 500 000
Etat	3 500 000	2 000 000
CCI (hors Vinexpo)	500 000	500 000
Conseil général 33		1 000 000
total des cofinancements	50 500 000	50 000 000
charge budgétaire nette pour la ville en HT	12 532 754	33 066 057
Part des cofinancements sur le total des dépenses HT	80%	61%

(1) Dont 2 M€ restant à percevoir par la ville de Bordeaux.

3-2-Les participations versées à l'association de préfiguration CCTV

Jusqu'à la date de création de la fondation, l'association de préfiguration a supporté des coûts de fonctionnement financés comme suit :

SUBVENTIONS RECUES	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	Total
CCI				10 567	30 000	127 203	164 245	197 985	139 168	669 168
CIVB				10 582	166 860	127 203	164 245	197 985	139 168	806 042
Communauté Urbaine de Bordeaux				7 685	167 088	127 203	164 245	197 985	139 168	803 373
FEDER									285 865	285 865
Chambre d'Agriculture				20 000						20 000
Autre	1 362	906	-799	-2 867						-1 399
Conseil Régional					167 088	127 203	164 245	197 985		656 521
Ville de Bordeaux				10 582	255 543	127 203	164 245	197 985	295 556	1 051 113
Total	1 362	906	-799	56 548	786 578	636 015	821 225	989 923	998 924	4 290 682

La participation de la ville de Bordeaux, entre 2010 et 2014, s'est élevée à 1 M€.

En sus, entre 2012 et 2015, une partie du personnel salarié de l'association a été refacturée au fonds de dotation pour un montant total de 770 418 €.

L'ensemble de ces produits d'exploitation ont permis d'équilibrer les résultats de l'association de préfiguration.

COMPTE D'EXPLOITATION ASSOC DE PREFIGURATION (en €)	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Subventions d'exploitation	1 362	906	-799	56 548	786 578	636 013	821 225	989 923	998 924
Reprises sur provisions, amortissements et transfert de charges				1 805	228 052	278 782	266 782		4 278
Autres produits		413			24	45			
Sous Total Produits d'exploitation	1 362	1 319	-799	58 353	1 014 654	914 840	1 088 007	989 923	1 003 202
Autres achats et charges externes	1 459	1 346	-316	36 355	322 138	305 801	459 693	425 381	499 228
Impôts et taxes			245	2 091	41 482	48 953	47 950	39 144	33 189
Salaires et traitements				2 704	453 519	396 363	390 475	370 112	334 879
Charges sociales				1 116	186 533	170 371	162 474	145 779	128 075
Dotation aux amortissements et provisions				414	8 798	10 988	21 848	4 107	1 934
Autres charges				36	37	35	6	2	
Sous Total Charges d'exploitation	1 459	1 346	-71	42 716	1 012 507	932 511	1 082 446	984 525	997 305
Résultat d'exploitation	-97	-27	-728	15 637	2 147	-17 671	5 561	5 398	5 897
Produits financiers	32	27	3	91	151	1 915	4 281	1 707	241
Charges financières				65	1	1		801	1 449
Produits exceptionnels	65		1 139	18 569	12 400		2 618	903	
Charges exceptionnelles			414	34 232	12 400		4 504	941	2 195
Impôt société									
Résultat net	0	0	0	0	2 297	-15 757	7 956	6 266	2 494

4-Les chiffres clé de l'activité

Pour mémoire, la fondation a ouvert ses portes au public le 1^{er} juin 2016.



5-Analyse économique et financière

Pour mémoire, l'exercice 2016 comprend 7 mois d'activité.

FONDATION POUR LA CULTURE ET LES CIVILISATIONS DU VIN				
CLÔTURE DE L'EXERCICE		31/12/2018	31/12/2017	31/12/2016
PRODUITS D'EXPLOITATION	Chiffre d'Affaires (CA)	9 800 k€	10 354 k€	6 365 k€
	Subventions d'exploitation	64 k€	258 k€	288 k€
	Dons	744 k€	1 079 k€	891 k€
	Reprises sur Amort/Transferts de Charges	61 k€	11 k€	29 k€
	Autres produits	0 k€	1 k€	0 k€
	Total Produits d'exploitation	10 669 k€	11 703 k€	7 573 k€
CH. D'EXPLOITAT ¹	Total Charges d'exploitation	10 770 k€	10 639 k€	7 429 k€
SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION (SIG)	Excédent Brut d'Exploitation (EBE)	139 k€	1 352 k€	250 k€
	Résultat d'Exploitation (RE)	-101 k€	1 064 k€	143 k€
	Résultat Financier (RF)	5 k€	7 k€	21 k€
	Résultat Courant Avant Impôts (RCAI)	-95 k€	1 071 k€	164 k€
	Résultat Exceptionnel (REX)	-5 k€	0 k€	-5 k€
	Autres Charges ou produits à réaliser	165 k€	-150 k€	-80 k€
	Résultat Net Comptable (RNC)	54 k€	907 k€	79 k€
ANALYSE BILANTIELLE	ACTIF STABLE	590 k€	651 k€	582 k€
	Immobilisations Incorporelles	178 k€	227 k€	259 k€
	Immobilisations Corporelles	412 k€	425 k€	323 k€
	Immobilisations Financières	0 k€	0 k€	0 k€
	ACTIF CIRCULANT	1 243 k€	1 023 k€	965 k€
	Stocks	194 k€	253 k€	214 k€
	Créances clients	637 k€	497 k€	491 k€
	Autres créances	244 k€	185 k€	156 k€
	Comptes de régularisation	168 k€	88 k€	105 k€
	TRESORERIE ACTIVE	3 920 k€	4 254 k€	2 898 k€
	Valeurs mobilières de placement	0 k€	0 k€	0 k€
	Disponibilités	3 920 k€	4 254 k€	2 898 k€
	TOTAL ACTIF	5 754 k€	5 929 k€	4 446 k€
	RESSOURCES PERMANENTES	3 120 k€	3 261 k€	2 205 k€
	Fonds Propres	3 055 k€	3 001 k€	2 095 k€
	Provisions pour Risques et Charges	65 k€	260 k€	110 k€
	Dettes Financières Long/Moyen Terme (LMT)	0 k€	0 k€	0 k€
	PASSIF CIRCULANT	2 633 k€	2 667 k€	2 241 k€
	Dettes Fournisseurs	936 k€	782 k€	776 k€
	Dettes Fiscales et sociales	903 k€	1 123 k€	692 k€
	Autres Dettes d'exploitation	176 k€	179 k€	274 k€
	Comptes de régularisation	618 k€	583 k€	500 k€
	TRESORERIE PASSIVE	0 k€	0 k€	0 k€
	Dettes Financières Court Terme (CT)	0 k€	0 k€	0 k€
	TOTAL PASSIF	5 754 k€	5 929 k€	4 446 k€
ANALYSE STRUCTURELLE	FONDS DE ROULEMENT (FDR)	2 530 k€	2 610 k€	1 623 k€
	BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT (BFR)	-1 390 k€	-1 644 k€	-1 276 k€
	TRESORERIE	3 920 k€	4 254 k€	2 898 k€
RATIOS FINANCIERS	Taux de Subvention (Subventions totales/produits d'exploitation)	0,60%	2,20%	3,80%
	Poids de la Masse salariale (Masse salariale/charges d'exploitation)	46,24%	46,63%	49,56%
	Coût salarial Moyen (Masse salariale/ETP)	43 683	45 515	43 834
	Indépendance Financière (Fonds Propres / Passif Total)	53,10%	50,62%	47,12%
	Endettement (Dettes Financières MLT / Fonds propres)	0,00%	0,00%	0,00%
	Liquidité (Disponibilité/Dettes à court Terme)	148,87%	159,50%	129,33%
	Trésorerie exprimée en Mois de Charges courantes	4,37	4,80	4,68

5-1-Evolution des produits d'exploitation

Il s'agit de la répartition analytique des produits d'exploitation indiquée dans le rapport d'activité de la fondation.

	2018	2017	2016	var.2018/2017
Billetterie culturelle	7 417 469,00	7 797 986,98	4 839 454,71	-4,88%
Mécénat	772 177,00	1 079 315,02	891 133,11	-28,46%
Subventions d'exploitation	0,00	235 957,89	276 682,72	-100,00%
Autres recettes	86 056,00	116 490,19	34 010,44	-26,13%
Sous total activités non concurrentielles	8 275 702,00	9 229 750,08	6 041 280,98	-10,34%
Activités non concurrentielles en %	77,57%	78,87%	79,78%	
Boutique	905 427,00	942 353,83	585 383,88	-3,92%
Privatisations	938 315,00	826 285,10	568 008,85	13,56%
Restauration et divers	549 726,00	704 746,17	377 840,42	-22,00%
Sous total activités concurrentielles	2 393 468,00	2 473 385,10	1 531 233,15	-3,23%
Activités concurrentielles en %	22,43%	21,13%	20,22%	
Total produits d'exploitation	10 669 170,00	11 703 135,18	7 572 514,13	-8,83%

En 2018, Il est constaté une baisse globale des produits d'exploitation de près de 9% par rapport à l'exercice précédent.

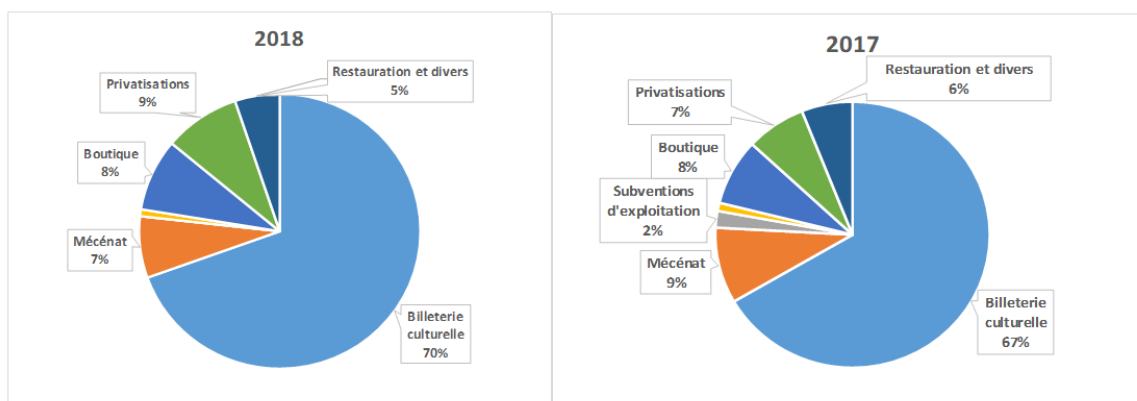
77.57% des produits d'exploitation représentaient des activités non concurrentielles et 22.43% des activités concurrentielles.

Cette répartition a légèrement évolué par rapport à l'année précédente ; il est constaté en effet que les recettes liées aux privatisations sont en progression significatives (+13%) contrairement à l'ensemble des autres postes de produits.

La billetterie représente l'essentiel des recettes (70% en 2018 contre 67% en 2017 bien qu'il soit constaté une diminution des ventes de l'ordre de 4.88%).

La fréquentation est en baisse, avec 421 000 visiteurs en 2018 pour 444 000 visiteurs en 2017.

Cette situation est consécutive, à différents événements extérieurs survenus au cours de l'exercice (manifestations des gilets jaunes, grèves SNCF et Air France, coupe du monde de football etc.).



5-2-Evolution des charges d'exploitation

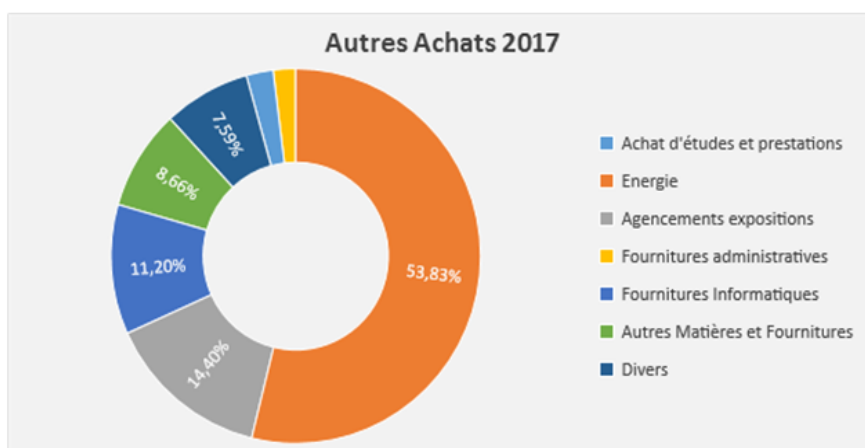
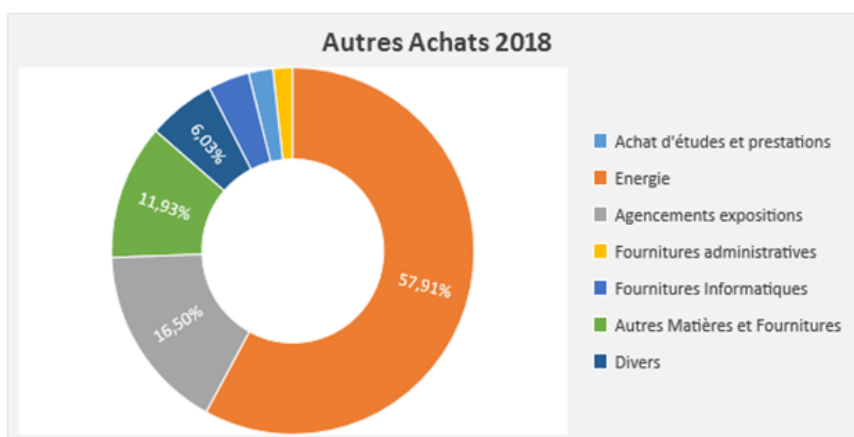
Elles sont équivalentes sur les deux dernières années avec 10 770 K€ en 2018 contre 10 639 K€ en 2017.

La masse salariale représente, à elle seule en 2018, 46.24% des charges d'exploitation (4.980 K€) contre 46.63% l'exercice précédent (4.961 K€).

L'effectif à temps plein du personnel, indiqué au rapport d'activité de la fondation, a évolué comme suit :

- 84 ETP pour 2016
- 109 ETP pour 2017
- 114 ETP pour 2018

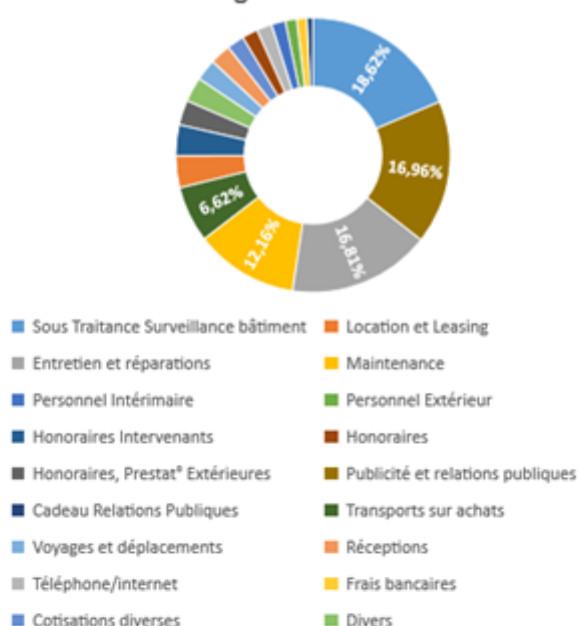
Les achats s'élèvent à 706 K€ en 2018 contre 774 K€ l'exercice précédent. Leur répartition est sensiblement la même ; l'énergie représente plus de 50% de ces charges.



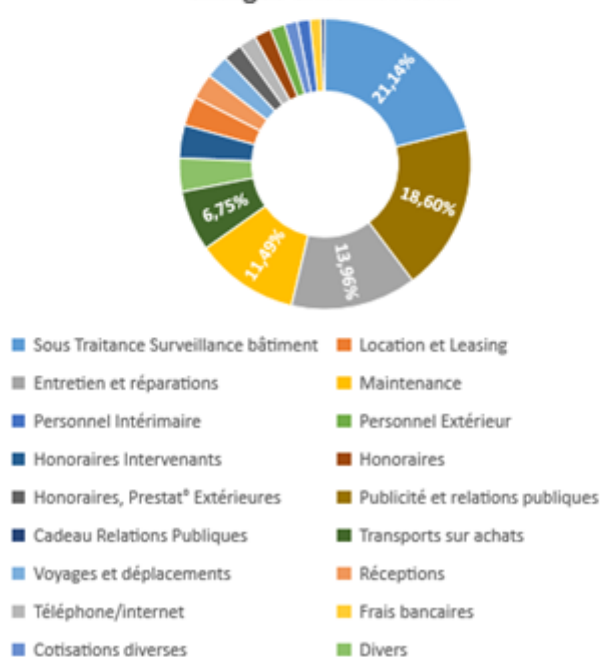
Les charges externes s'élèvent à 3.952 K€ en 2018 contre 3.798 K€ en 2017, en augmentation de 4%.

71% des charges externes en 2018 (72% en 2017) couvrent principalement 5 postes : sous-traitance surveillance bâtiment, publicité et relations publiques, entretien et réparations, maintenance, transports sur achats.

Charges Externes 2018



Charges externes 2017



5-3-Seuils intermédiaires de gestion et Résultats nets

L'excédent brut d'exploitation qui exprime la capacité de la structure à générer des ressources de trésorerie du seul fait de son exploitation, c'est-à-dire sans tenir compte de sa politique de financement, ni de sa politique d'amortissement, ni des événements exceptionnels ressort positif en 2018 pour 139 K€ alors qu'en 2017 il était positif pour 1 352 K€.

La dégradation de ce seuil intermédiaire de gestion est due essentiellement à la baisse du chiffre d'affaires (-550 K€) et à la baisse des dons (-335 K€).

Le résultat net en 2018 s'élève à 54 K€ pour 907 K€ en 2017.

Les résultats de l'exercice 2019 devraient être sensiblement équivalents à ceux de l'exercice 2018.

5-4-La structure du bilan

Bilan (en €)	31/12/2018			31/12/2017			31/12/2016
	Brut	Amort.ou prov.	Net	Brut	Amort.ou prov.	Net	Net
Concessions, logiciels	304 747	126 385	178 362	298 874	72 288	226 586	259 265
Installations techn.mat et out.	154 518	52 454	102 064	122 231	25 645	96 586	56 007
Autres immobilisations corporelles	531 845	221 975	309 870	443 592	115 500	328 092	266 666
Avances et acomptes			0				
Total Actif immobilisé	991 110	400 814	590 296	864 697	213 433	651 264	581 938
Stock de marchandises	286 450	92 306	194 144	302 174	49 136	253 038	213 833
Créances usagers et comptes rattachés	643 945	7 133	636 812	497 178		497 178	491 205
Autres créances	243 815		243 815	185 248		185 248	155 845
Disponibilités	3 920 171		3 920 171	4 254 406		4 254 406	2 898 408
Charges constatées d'avance	168 328		168 328	87 653		87 653	104 554
Total Actif circulant	5 262 709	99 439	5 163 270	5 326 659	49 136	5 277 523	3 863 845
TOTAL ACTIF	6 253 819	500 253	5 753 566	6 191 356	262 569	5 928 787	4 445 783
Fonds propres sans droit de reprise			2 015 867			2 015 867	2 015 867
Report à nouveau			985 357			78 832	0
Résultat de l'exercice			54 102			906 525	78 832
Total Fonds propres			3 055 326			3 001 224	2 094 699
Provision pour risques						30 000	30 000
Fonds dédiés sur autres ressources			65 000			230 250	80 000
Total Provisions et fonds dédiés			65 000			260 250	110 000
Avances et acomptes reçus			170 219			178 241	0
Dettes fournisseurs			936 394			780 914	775 656
Dettes fiscales et sociales			902 654			1 122 784	691 543
Dettes sur immobilisations						1 440	0
Autres dettes			6 012			1 198	273 933
Produits constatés d'avance			617 961			582 736	499 952
Total Dettes			2 633 240			2 667 313	2 241 084
TOTAL PASSIF			5 753 566			5 928 787	4 445 783

Le fonds de roulement ressort positif fin 2018 pour 2.5 M€ ; il est équivalent à celui de l'exercice précédent (2.6 M€).

Les ressources stables garantissent donc les besoins à moyen terme de la fondation.

Avec un besoin en fonds de roulement négatif de -1.4 M€ en 2018 et -1.6 M€ en 2017, la trésorerie reste confortable (3.9 M€ fin 2018 pour 4.2 M€ fin 2017).

Pour mémoire, cette trésorerie s'explique en partie par l'apport initial des fondateurs de la cité du vin pour 1.5 M€, apport qui ne peut être consommé (cf. paragraphe 5-4-2 ci-après).

5-4-1-Bilan actif

Rappelons que les investissements principaux ont été portés par la ville et qu'en conséquence, les investissements réalisés par la fondation peuvent paraître faibles. Fin 2018 l'actif net immobilisé s'élève à 590.2 K€.

Ces investissements se répartissent entre les logiciels pour 178 K€, le matériel pour 102 K€ et divers agencements, les mobiliers et matériels informatiques pour 310 K€.

Les stocks dépréciés représentent 32% de la valeur du stock ; ils correspondraient aux articles liés aux expositions temporaires achevées depuis + de 6 mois ; aux stocks non vendus et sans mouvement depuis plus de 12 mois ; aux stocks de catalogues liés à l'ouverture de la cité du vin.

La trésorerie (3.9 M€ fin 2018) représente 68 % de l'actif net en 2018 contre 71,7 % l'année précédente (4.2 M€) ; il s'agit d'un bon indicateur ; elle représente 4.4 mois de charges courantes, sans retraitement des charges calculées.

5-4-2-Bilan passif

Les fonds propres représentent 53.10 % du passif du bilan fin 2018 contre 50.6% fin 2017 en amélioration de 3 points.

Ils ont évolué comme suit ces 3 dernières années :

	31/12/2018	31/12/2017	31/12/2016
Valeur du patrimoine intégré	15 867,00	15 867,00	15 867,00
Fonds statutaires	1 500 000,00	1 500 000,00	1 500 000,00
Fonds de réserves	500 000,00	500 000,00	500 000,00
Sous Total Fonds propres sans droit de reprise	2 015 867,00	2 015 867,00	2 015 867,00
Report à nouveau	985 357,00	78 832,33	
Résultat	54 102,00	906 525,44	78 832,33
Total Fonds propres	3 055 326,00	3 001 224,77	2 094 699,33

Zoom sur les fonds propres

La valeur du patrimoine intégré provient du transfert des éléments partiels de l'association de préfiguration selon détails ci-dessous :

Valeur du patrimoine intégré

Il s'agit du solde net des apports partiels d'actif (selon document du 23 janvier 2015)

actif

mobiler et matériel (à la vnc)	13 780,00
logiciel	1,00
contrats en cours	1,00
provision salaires du 1er au 23 janvier 2015	52 702,00
	66 484,00

passif

congés payés	50 617,00
--------------	-----------

Net	15 867,00
------------	------------------

Les fonds statutaires sont immuables ; ils ont été versés à l'origine de la création de la fondation.

Fonds statutaires

Il s'agit de la dotation initiale versée à l'origine par les fondateurs de la cité du vin (selon statuts de la fondation).

Il est prévu que ces fonds puissent être accrus par décision du CA.

Ville de Bordeaux	375 000
Fondation Clarence and Anne Dillon Dunwalke Trust	375 000
Caisse régionale Agricole Mutuel d'Aquitaine	375 000
Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux	375 000
Total	1 500 000

Le fonds de réserve pourrait être consommé pour des besoins exceptionnels ; on pourrait imaginer que ces fonds puissent être utilisés pour des investissements complémentaires.

Fonds de réserve

Il s'agit du fonds de réserve versé à l'origine par les fondateurs de la cité du vin (selon statuts de la fondation).

Il est possible de consommer ces fonds en cas de besoins exceptionnels qui pourront être décidés par le CA.

Le fonds peut aussi être accru sur décision du CA

Ville de Bordeaux	125 000
Fondation Clarence and Anne Dillon Dunwalke Trust	125 000
Caisse régionale Agricole Mutuel d'Aquitaine	125 000
Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux	125 000
Total	500 000

Le compte report à nouveau qui s'élève à 985 357 € représente le cumul des deux résultats positifs des années 2016 et 2017.

Avec l'imputation du résultat positif de 2018, celui-ci s'élèvera en 2019 à 1 039 459 € ; il s'agit aussi d'une réserve « consommable ».

Sous réserve du déroulement de l'exercice 2019 et d'une décision favorable du Conseil d'administration de la fondation, c'est donc la somme de 1.5 M€ qui pourrait être mobilisable (fonds de réserves et report à nouveau) pour financer d'éventuels biens en renouvellement.

6-Zoom sur la structure dédiée « Fonds de dotation pour le soutien de la cité du vin »

Cette structure a été créée le 27 octobre 2011 afin de collecter des fonds privés pour soutenir le financement de la construction de la cité du vin.

La délibération de la ville de Bordeaux du 28 mars 2011 prévoyait que l'objet exclusif de ce fonds de dotation serait de collecter les fonds des mécènes puis de les reverser à la ville de Bordeaux, déduction faites de ses charges de fonctionnement, pour participer au financement de la partie culturelle du centre culturel du vin (construction, aménagement, scénographie et contenus multimédia).

Compte tenu de cet objet, les statuts préoyaient que la durée du fonds de dotation était déterminée et limitée au 6^{ème} mois suivant l'ouverture au public de la fondation.

Le fonds de dotation a été créé sans dotation initiale.

La délibération de la ville de Bordeaux du 23 juin 2014 est venue valider la modification des statuts initiaux, en particulier en abandonnant la dissolution automatique du fonds à compter du 6ème mois suivant l'ouverture de la fondation.

Ainsi, le fonds de dotation existe toujours et ses statuts ont été élargis, notamment concernant son objet social puisque le fonds de dotation peut participer aux activités d'intérêt général de la cité du vin ainsi qu'au développement des activités culturelles qui y seront conduites.

Le fonds de dotation a perçu depuis sa création 20,8 M€ de dons.

La ville a reçu en atténuation des coûts de construction de la cité du vin la somme totale de 13 M€ dont 8 M€ versée en 2015 et 5 M€ versée en 2017.

Selon le rapport de l'expert-comptable, l'association de préfiguration de la fondation a bénéficié de 1.8 M€ pour son exploitation et le fonds de dotation de 1.5 M€ pour couvrir ses charges.

Le bilan et le compte de résultat du fonds de dotation depuis 2014 ont évolué comme suit :

BILAN FONDS DE DOTATION	2018	2017	2016	2015	2014
créance usagers et comptes rattachés					100 000
Autres créances	51 526	241 526	1 086 215	3 071 021	3 187 972
Valeurs mobilières	4 112 000	212 000	462 000	2 877 130	11 827 745
Disponibilités	1 116 890	4 829 134	8 426 963	3 260 767	736 581
Charges constatées d'avance					458
Total Actif	5 280 416	5 282 660	9 975 178	9 208 918	15 852 756
Fonds associatifs sans droit de reprise	4 438 215	4 478 215	9 213 215	8 202 174	15 347 485
Report à nouveau	793 020	747 160	608 854	390 683	139 072
Résultat de l'exercice	17 552	45 860	138 306	218 170	251 611
Dettes fournisseurs			2 400	143 395	90 313
Autres dettes	31 629	11 425	12 403	254 496	24 275
Total Passif	5 280 416	5 282 660	9 975 178	9 208 918	15 852 756

COMPTE D'EXPLOITATION FDS DE DOTATION	2018	2017	2016	2015	2014
Autres produits	20 000	5 035 001	41 550	10 053 003	424 127
Autres achats et charges externes	13 497	10 435	23 241	193 743	377 258
Impôts et taxes			205	195	4 976
Salaires et traitements				15 991	37 555
Charges sociales				5 886	13 360
Autres charges		5 000 001	1 633	9 827 917	3
Résultat d'exploitation	6 503	24 565	16 471	9 271	-9 025
Produits financiers	13 284	25 758	127 623	223 357	268 190
Charges financières		120	120		
Produits exceptionnels				125	204
Charges exceptionnelles			59	298	
Impôt société	2 235	4 343	5 609	14 285	7 758
Résultat net	17 552	45 860	138 306	218 170	251 611

Fin 2018, il reste à l'actif du bilan des valeurs mobilières et de la disponibilité pour un montant total de 5.2 M€.

Il s'agit, pour l'essentiel, du solde non utilisé des dons perçus depuis l'origine du fond de dotation que l'on retrouve au passif du bilan en fonds propres. Ce montant comprend le solde de 2 Millions d'euros pour le financement de la construction à verser à la Ville en application de la délibération n° D2019/535 du 18/12/2019.

Au vu de l'élargissement de l'objet social du fonds de dotation, il n'est pas exclu que cette trésorerie soit éventuellement utilisée pour couvrir les charges d'exploitation de la fondation.

En outre, Il est indiqué dans l'annexe aux comptes du fonds de dotation fin 2018 que le conseil d'administration souhaite que des fonds supplémentaires soient levés pour être destinés à la fondation exploitante, ce qui laisse supposer que la trésorerie va encore s'accroître.

Compte tenu de la participation initiale aux investissements par la ville, cette dernière pourrait défendre l'utilisation de la trésorerie restante pour participer au renouvellement du patrimoine numérique.

C'est d'ailleurs ce qu'a rappelé la CRC dans son rapport en 2017 : « *il apparaît plus cohérent d'affecter les nouvelles ressources collectées par le fonds de dotation, initialement créé pour bâtir la cité du vin, au renouvellement des contenus audiovisuels et multimédias, à défaut de la couverture d'une partie des dépenses d'amortissements, notamment celles relatives au maintien en l'état des caractéristiques architecturales du bâtiment* ».

7-Conclusion

L'attractivité de la cité du vin tend à être reconnue ; la progression de la fréquentation des touristes étrangers s'intensifie avec 38% de la fréquentation totale en 2018.

Après deux années d'exploitation, il s'avère que l'équilibre financier de la fondation est très dépendant de la fréquentation, et dans une moindre mesure des dons.

En 2018, les résultats sont en baisse car l'exercice a été marqué par un certain nombre de facteurs exogènes pénalisants.

Pour mémoire l'investissement initial ne figure pas dans les comptes de l'exploitant, celui-ci ayant été porté par la ville de Bordeaux.

Le bilan de la fondation fait apparaître fin 2018 à l'actif une trésorerie de 3.9 M€ et des fonds propres solides représentant 53% du passif.

En parallèle, le fonds de dotation créé en 2011, perdure et dispose d'une trésorerie de 5.2 M€ dont 2 M€ sont à reverser à la ville de Bordeaux au titre des investissements initiaux.

Un accord de collaboration rémunéré a été récemment signé avec une structure officielle chinoise pour la création à Pékin du « Chemin de la connaissance du vin », premier musée chinois nouvelle génération consacré à la dimension culturelle du vin.

Le parcours permanent devra probablement se renouveler dans les prochaines années afin de pérenniser les recettes d'exploitation.

Ceci étant exposé, il vous est demandé, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir prendre acte de la présentation du rapport.

INFORMATION DU CONSEIL MUNICIPAL

Fait et Délibéré à Bordeaux, le 27 janvier 2020

P/EXPEDITION CONFORME,

Monsieur Fabien ROBERT

RAPPORT D'ACTIVITE 2018



AVANT-PROPOS DE LA PRESIDENTE

La quatrième année d'existence de la Fondation correspond à la deuxième année civile complète d'exploitation de La Cité du Vin.

Malgré une année 2018 riche en événements, les grèves de la SNCF et d'Air France au printemps, la Coupe du Monde de football en juin et juillet, l'ensoleillement maximum durant tout l'été et les manifestations des gilet jaunes sur la fin de l'année n'ont pas permis de renouveler la très belle fréquentation de l'année dernière (444 000). Cette année démontre à quel point La Cité du Vin reste dépendante du contexte touristique français et en particulier bordelais, et de la météo.

Toutefois, l'attractivité de La Cité du Vin ne cesse d'agir sur les touristes étrangers qui avec une progression de +22% par rapport à 2017 (freinée en fin d'année par les actions des gilets jaunes), représentent 38% de la fréquentation totale, soit plus que les touristes français habitant à plus de 2 heures de Bordeaux (35%). Cette progression a permis à la fréquentation d'atteindre 421 000 visiteurs et de présenter un résultat financier à l'équilibre.

Je rappelle qu'il ne s'agit que du deuxième « millésime » de La Cité du Vin et que même si nous connaissons de mieux en mieux nos visiteurs, il va falloir encore du temps et plus de recul pour bien appréhender la manière dont il va falloir développer et renouveler les contenus et les offres.

Dans le même temps, la Fondation pour la culture et les civilisations du vin commence à être reconnue dans le paysage institutionnel international. Cela lui a permis en fin d'année 2018 de signer un accord de collaboration rémunéré avec une structure officielle chinoise pour la création à Pékin du « Chemin de la Connaissance du Vin », premier musée chinois nouvelle génération consacré à la dimension culturelle du vin et non à une marque.

Je vous invite à prendre connaissance de ce rapport qui vous éclairera sur tous les aspects de l'activité de la Fondation en 2018.

Sylvie Cazes
Présidente de la Fondation



SOMMAIRE

<u>AVANT-PROPOS DE LA PRESIDENTE</u>	<u>2</u>
<u>LES CHIFFRES CLES DE 2018</u>	<u>5</u>
<u>LES TEMPS FORTS DE L'ANNEE 2018</u>	<u>6</u>
<u>IDENTITE ET STRATEGIE DE LA FONDATION</u>	<u>7</u>
<u>LA PROGRAMMATION 2018</u>	<u>8</u>
Une programmation culturelle pluridisciplinaire	8
Le Parcours permanent	8
Les expositions temporaires	9
La programmation artistique et culturelle	10
La médiation « œnoculturelle »	13
Le Salon de lecture	16
Les actions en faveur de l'accessibilité	17
<u>LA FONDATION HORS LES MURS</u>	<u>18</u>
Projet en Chine : Chemin de la Connaissance du Vin	18
Interventions des membres de la Fondation à l'extérieur de La Cité du Vin	18
<u>LES PUBLICS DE LA CITE DU VIN</u>	<u>20</u>
Les différents publics de La Cité du Vin	20
Profils des publics de l'offre culturelle	22
Chiffres clés, profils et satisfaction des privatisations	27
Chiffres clés et profils de La Boutique	29
Chiffres clés et profils des restaurants et de la Cave à vin	30
Promeneurs	30
<u>LES ACTIONS MARKETING ET COMMUNICATION</u>	<u>31</u>
Publicité	31
Affichage	32
Radios	34
Insertions	34
Supports de communication print et diffusion	35
La communication in situ	36
La communication digitale	37
Les relations presse	38
Les relations publiques	39
Les partenariats	41
<u>LE MECENAT</u>	<u>43</u>

LES ACTIONS COMMERCIALES	44
Réorganisation du service commercial	44
Les supports de promotion	44
La clientèle loisirs	44
La clientèle affaires	45
L'ACTIVITE DES SERVICES SUPPORT	46
La gestion des vins partenaires	46
Le numérique	46
Les systèmes d'information (SI)	48
La sûreté et la sécurité	49
Le nettoyage et la maintenance	49
Les travaux d'amélioration	50
Les conseils administratifs et juridiques	50
LES MOYENS HUMAINS	51
La formation	51
Les recrutements	51
LES RESSOURCES FINANCIERES	53
La billetterie	53
Les ventes intermédiées	53
La Boutique	53
Le mécénat	53
Les privatisations	54
Les loyers des espaces marchands	54
Les subventions directes	54
LES RESULTATS FINANCIERS	55
Le compte de résultat	55
Les investissements	56
Le bilan	56
La trésorerie	56
ANNEXES	57
Le conseil d'administration	57
Les membres du comité d'orientation culturel	58
L'organigramme de la Fondation	59
Les partenaires viticoles de La Cité du Vin	60
Les partenaires culturels de La Cité du Vin	61
Les mécènes de la Fondation	62
Les amis de la Fondation	63
Les adhésions de la Fondation	63
Les principaux tarifs de la saison 2018	64

LES CHIFFRES CLES DE 2018

- 359 jours et 3 087 heures d'ouverture au grand public
- 421 000 visiteurs en 2018 de 180 nationalités différentes (vs. 444 000 en 2017)
- Millionième visiteur fêté le 29 août
- 1 135 000 visiteurs depuis le 1^{er} juin 2016
- 440 privatisations / 31 000 participants
- 115 767 articles vendus dans la Boutique
- 61 583 bouteilles vendues dans la Cave
- 372 000 verres dégustés au Belvédère (30 000 bouteilles)
- 59 000 visiteurs pour les 2 expositions temporaires
- 75 événements culturels et artistiques / Près de 10 000 participants
- 1 539 ateliers oenoculturels / 19 500 participants (taux de remplissage de 32%, + 3 points par rapport à 2017)
- 3 700 participants aux visites guidées
- Plus de 5 056 scolaires en groupes accueillis
- 640 000 visiteurs uniques sur le site web (trafic en hausse de 17% vs. 2017)
- 57 000 abonnés Facebook (+29%), 19 000 abonnés Instagram (+31%), et 10 000 abonnés Twitter
- 113 ETP
- 29 entreprises mécènes ont soutenu les 2 saisons culturelles
- 16 donateurs particuliers ont soutenu les actions culturelles

LES TEMPS FORTS DE L'ANNEE 2018

Le Dîner de gala de la Fondation a été organisé pour la deuxième fois au cœur de La Cité du Vin, dans la Salle des Colonnes, le 18 janvier 2018. Il a réuni 327 convives, fidèles soutiens de la Fondation mais également de nouveaux mécènes.

L'exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* » a présenté, du 23 mars au 30 juin, 150 œuvres (peintures et céramiques, livres de musique, maquettes, instruments, bijoux de scène...) provenant de collections régionales, nationales et européennes, ainsi qu'une sélection de pièces musicales illustrant l'association du vin et de la musique autour de thématiques mythiques, profanes, épicuriennes ou moralisantes. Sa grande qualité a été saluée par la critique, tout comme celle du catalogue l'accompagnant.

Les grands rendez-vous de la programmation ont marqué les 2 saisons culturelles de La Cité du Vin (janvier-juin et septembre-décembre), avec par exemple les Grands Entretiens avec Pierre-Emmanuel Taittinger, Pierre Ardit, Pierre Lurton ou encore Jancis Robinson.

Le 29 Août 2018, le millionième visiteur a franchi les portes de La Cité du Vin !

Enfin, cette année 2018 a été marquée par 5 nouvelles récompenses remises à La Cité du Vin :

- Une deuxième étoile attribuée par le Guide Vert Michelin, qui salue « *l'expérience de visite inédite, la vue depuis le Belvédère et les courbes audacieuses du bâtiment rappelant celles d'une carafe* »
- L'Experts' Choice Award remis par Trip Experts, reconnaissance mondiale des médias professionnels du tourisme
- Un « Special achievement » Best of Wine tourism award du réseau des Great Wine Capitals, récompensant à la fois le rayonnement de La Cité du Vin à l'international et l'ampleur de son offre à destination des visiteurs
- Le prix « Coup de cœur du jury » du réseau Iter Vitis (association de l'Itinéraire Culturel du Conseil de l'Europe et dont la mission est la valorisation du patrimoine culturel naturel matériel et immatériel en Europe)
- Et un European Iter Vitis award remis le 6 décembre à Bruxelles

IDENTITE ET STRATEGIE DE LA FONDATION

- **Identité** : une Fondation culturelle reconnue d'utilité publique dédiée au patrimoine universel du vin
- **Ambition** : la Fondation est l'organisation de référence mondiale de la culture et des civilisations du vin
- **Mission** : révéler et transmettre au plus grand nombre le langage culturel du vin
- **Valeurs** : audace, convivialité et élégance

- **Axes stratégiques 2018**
 - S'appuyer sur des points forts et différenciants (Parcours permanent et Belvédère) pour poursuivre un développement international pluri-cible et pluri-canal
 - Asseoir une dimension culturelle en reproduisant les actions initiées en 2017 (2 expositions, programmation dans l'auditorium, ateliers et visites guidées)
 - Consolider cette position de site culturel le plus fréquenté de la métropole bordelaise malgré les nouveaux arrivants (Musée Mer Marine, Meca...)
 - Profiter au maximum de toutes les occasions qui se présentent pour maintenir ou renforcer une position stratégique de leader
 - Préserver l'équilibre entre les activités à forte valeur ajoutée qui font la fréquentation ainsi que le résultat et les autres activités qui favorisent la diversité de l'offre et l'image culturelle

- **Objectifs 2018**
 - Continuer à renforcer la notoriété et l'image de marque de La Cité du Vin au niveau local, national et international et à asseoir son positionnement « équipement culturel / lieu de vie »
 - Être au minimum à l'équilibre budgétaire sans avoir recours au mécénat du Fonds de dotation, grâce à la progression de la fréquentation et des recettes, ce malgré la hausse automatique de certaines dépenses
 - Maintenir élevé le taux de satisfaction des visiteurs pour favoriser le bouche à oreille positif et les intentions de revisites notamment en poursuivant l'amélioration des critères qui pèsent significativement dans la satisfaction globale
 - Commencer à faire émerger la notoriété de la Fondation
 - Elaborer le projet d'entreprise à moyen terme pour donner un cap aux équipes
 - Maintenir un climat social de qualité pour avoir des équipes heureuses de travailler à La Cité du Vin

LA PROGRAMMATION 2018

Une programmation culturelle pluridisciplinaire

La programmation culturelle 2018 a été conçue dans le respect des fondements de la stratégie culturelle de la Fondation. Celle-ci repose sur la volonté de :

- **Proposer une offre culturelle unique, inédite et complète autour de la notion de culture et civilisations du vin**

L'objectif est de se différencier de l'offre existante sur le thème du vin et d'offrir une approche à 360°, dans la forme et dans les contenus.

- **Proposer une offre dynamique et modulaire**

Il s'agit de proposer un panel d'expériences et de découvertes renouvelées qui favorise l'appropriation par les visiteurs en fonction de critères personnalisés (maîtrise du temps, organisation des activités, revisite...). La diversité des approches proposées joue sur la complémentarité des propositions (du pédagogique au divertissement, du scientifique à l'artistique).

- **Être accessible au plus grand nombre**

La programmation est pensée pour répondre en priorité à la curiosité d'un public non connaisseur, de différentes nationalités, accoutumé ou non aux pratiques culturelles. Elle s'adresse à toutes les tranches d'âge et prend en compte les publics en situation de handicap.

Le Parcours permanent

Le Parcours permanent a été conçu comme un grand voyage dans l'univers de la vigne et du vin, à travers le temps et l'espace, à la découverte des civilisations du vin. Les visiteurs progressent ou musardent à leur guise à travers 19 modules, des espaces à la scénographie originale, chacun consacré à un thème spécifique et proposant des expériences différentes : ateliers individuels, cinéma grand écran, espace immersif, jeux de senteurs... La visite s'effectue avec un compagnon de voyage, outil numérique nouvelle génération, qui permet au visiteur de lancer les contenus multimédias ou d'activer chaque dispositif et de créer ainsi son propre parcours, à son rythme et selon son intérêt. Expérientiel et innovant, le Parcours permanent s'adresse à tous types de publics (8 langues de visite, options enfant, adolescent, handicaps visuel, auditif et cognitif).

- **Améliorations de l'expérience de visite**

En prolongement des actions engagées en 2017, les évolutions opérées sur le Parcours permanent ont été toutes orientées vers l'amélioration de l'expérience de visite. L'interface du compagnon de voyage a été modifiée, et y ont été inclus une nouvelle vidéo d'accueil plus complète et plus attractive, ainsi que des vidéos de mode d'emploi de l'ensemble des modules. Toutes ont été conçues et tournées en interne grâce à la collaboration de différentes équipes de la Fondation. Par ailleurs, les enquêtes auprès des visiteurs ayant mis en évidence une demande de parcours fléchés, 4 circuits « fil rouge » ont été mis en place. Le circuit « *Les essentiels* » permet aux visiteurs pressés de découvrir en une heure les points phares du Parcours permanent ; « *Faire le vin* » les guide spécifiquement vers les modules traitant de l'élaboration du vin ; « *Plein les yeux* » oriente les groupes et les personnes cherchant du confort vers les espaces collectifs équipés de sièges et enfin le circuit « *Juniors* » pointe les séquences particulièrement appréciées des enfants.

- **Exploration statistique du comportement des visiteurs**

Lorsqu'un visiteur déclenche les séquences qu'il souhaite visionner, son compagnon de voyage enregistre l'ensemble de ses actions : chaque visite se traduit par des milliers de lignes informatiques codées. La collaboration avec la société Berger-Levrault (qui s'est inscrite récemment dans un projet régional d'étude des traces numériques des touristes) a permis d'analyser finement les données issues d'une année d'exploitation. Ces travaux, croisés avec les résultats de différentes enquêtes et observations diverses auprès des visiteurs, ont permis d'identifier les modules les moins performants en termes de fréquentation et de satisfaction des visiteurs, et d'établir des priorités dans les évolutions futures du Parcours permanent.

- **Les Chiffres clés**

- 10h30 d'expérience de visite
- 268 stations de consultation
- 225 écrans
- 375 séquences thématiques

Les expositions temporaires

- **« Le Vin & la Musique, accords et désaccords (XVI^e – XIX^e siècle) », 22 mars – 24 juin 2018**

L'exposition « Le Vin & la Musique, accords et désaccords » a été programmée et entièrement produite par l'équipe de la Fondation avec Florence Gétreau, commissaire de l'exposition, directrice de recherche en musicologie et historienne de l'art. L'exposition a révélé la richesse des liens entre la musique et le vin de la Renaissance jusqu'à la fin du XIX^e siècle, à travers un parcours sensible, sonore et visuel. Des cabines et points d'écoute invitaient les visiteurs à se plonger au cœur d'œuvres musicales connues ou spécialement enregistrées pour l'exposition.

Au-delà d'un investissement plus conséquent porté sur la scénographie, le son, et la conception lumière en faveur de l'immersion des visiteurs, ce projet s'est accompagné d'un engagement plus marqué en matière de développement durable avec la mise en place d'une politique de récupération et de don auprès d'un réseau local de structures culturelles et associatives.

Notons la participation exceptionnelle de la Bibliothèque nationale de France aux côtés de 26 autres prêteurs, qui témoigne d'une confiance renouvelée des institutions, au fil des projets.

Partenaires spécifiques du projet :

Conservatoires de Bordeaux et de Châlons-en-Champagne ; week-end de délocalisation de France Musique.

Les chiffres clés :

- 24 730 visiteurs payants
- 140 œuvres exposées
- Un catalogue d'exposition édité chez Gallimard en 5 000 exemplaires, primé par l'Académie nationale des sciences, belles-lettres et arts de Bordeaux

Nouveautés :

- Un parcours enfant dédié
- Des événements de la programmation culturelle intégrés au sein de la scénographie
- Un colloque international

- **Vignoble invité Porto « Douro : l'air de la terre au bord des eaux », 5 octobre 2018 - 6 janvier 2019**

L'exposition était une invitation à vivre l'histoire d'un paysage unique, classé patrimoine de l'humanité. La tradition, la science et la poésie se mêlaient et révélaient le lien que l'homme tisse avec les éléments au travers d'un parcours libre et sensoriel.

La ville de Porto était le partenaire de la Fondation, et les commissaires de l'exposition étaient Nuno Faria (directeur de centre d'art) et Eglantina Montero (anthropologue).

Malheureusement, il n'a pas été possible d'imposer au partenaire invité de prendre en compte la spécificité des publics de La Cité du Vin et l'ADN développé par les expositions temporaires. Il en a résulté une exposition intéressante mais très conceptuelle et difficile d'accès pour beaucoup de visiteurs. Les retours ont été très contrastés mais principalement négatifs. Cette expérience nous a conduit à réinterroger notre fonctionnement pour imaginer une autre formule de partenariat qui permettrait à la Fondation de conserver une meilleure maîtrise de ses propositions.

L'exposition, incluse dans le billet Parcours permanent de La Cité du Vin, a été vue par environ 33 000 personnes (à noter, les visites commentées proposées par les équipes de la Fondation ont été fortement appréciées).

- **En parallèle :**

Après avoir acquis la confiance du monde muséal nécessaire à la réalisation des expositions, depuis 2017 et de manière plus renforcée en 2018, un travail est amorcé pour faire évoluer les expositions de La Cité du Vin vers un positionnement singulier autour des notions d'expérience, de pluridisciplinarité, de découverte émotionnelle et de sensorialité. Diverses actions ont été engagées dans ce sens au cours de l'année :

- Une approche du sujet original, en complément des œuvres exposées avec la production d'un film et d'un atelier de création avec une édition limitée d'un objet, et le développement d'une application de visite dédiée aux expositions pour l'exposition « *Renversant ! Quand art et design s'emparent du verre* » (2019)
- La définition d'un scénario d'exposition au regard de la liste d'œuvres établie, pour proposer une lecture vivante de la période antique jouant sur la narration avec l'invitation de 3 street artistes pour « *Boire avec les dieux* » (2020)

La programmation artistique et culturelle

Depuis son ouverture, la programmation culturelle se compose de cycles de rencontres, d'événements et de spectacles pluridisciplinaires en lien avec les expositions temporaires et le Parcours permanent. Ceux-ci bénéficient du généreux soutien de nombreux mécènes.

- **Les cycles de La Cité du Vin**

Les Vendanges du Savoir

Sous le label Les vendanges du Savoir, cette série de rendez-vous met en avant des chercheurs qui viennent présenter l'état de leurs travaux et échanger avec le public à l'occasion de conférences et de dégustations savantes. Cette année un nouveau type de rendez-vous a été mis en place : la projection d'un film suivi d'un débat. C'est le thème de la contrefaçon liée aux grands crus qui a inauguré ce nouveau genre de rencontre. Les conférences ont exploré des sujets issus de toutes les disciplines : l'histoire (le vin dans les usages diplomatiques), la sociologie (les usages du vin), la philosophie (le goût et le plaisir), la biophysique (comprendre l'astringence et l'amertume du vin), la biologie (les levures

et les hommes), la microbiologie (l'évolution de la recherche et Pasteur), l'ampélographie (l'origine des cépages).

Les dégustations savantes ont permis aux publics de découvrir en atelier les différences entre les capacités olfactives de chacun, de comprendre l'assemblage des vins blancs et de reconnaître les défauts du vin.

Ces rendez-vous sont produits en partenariat avec l'Institut des Sciences de la Vigne et du Vin, l'Université de Bordeaux et l'Université Bordeaux Montaigne et avec le soutien des Domaines François Lurton, la société Baron Philippe de Rothschild, le Crédit Agricole d'Aquitaine (pour la période de septembre à décembre 2018) et de la Fondation Bordeaux Université.

C' Dans Le Vin

Sur le registre du talk-show, ces débats éclectiques réunissent un plateau d'invités pour décoder l'actualité du vin et mieux appréhender son univers. Vignerons, sommeliers, négociants, journalistes, médecins, sportifs, artistes, scientifiques, ... débattent d'un sujet en direct et en public !

Ils sont coproduits en partenariat avec La Revue du Vin de France, KEDGE Business School et bénéficient du soutien de Barton Family Wines.

Les sujets abordés cette année sont : « *Le vin : une nouvelle passion sportive ?* », « *Le vin est-il vraiment une poule aux œufs d'or ?* », « *Le vin fait-il vendre des livres ?* », « *Fait-il bio à Bordeaux ?* »

Ciné Gourmand

En partenariat avec le Cinéma Jean Eustache, le Groupe Arom, France Bleu Gironde et le Pôle d'Enseignement Supérieur Musique et Danse Bordeaux Aquitaine, La Cité du Vin propose chaque trimestre un événement dédié à la gastronomie et au cinéma dans le cadre de ce cycle.

Pour cette saison culturelle, le Chef Jesus Hurtado a rendu hommage aux films Amore pour la Saint-Valentin, La Traviata dans le cadre de l'exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* », et Julie et Julia.



Week-end Terroir / Thema

Le temps d'un week-end, La Cité du Vin met à l'honneur une région viticole du monde ou un thème. Avec le soutien de Hillebrand, ces week-ends offrent l'occasion de prendre le temps de découvrir le patrimoine universel, culturel et vivant du vin à travers de nombreuses manifestations (table-ronde, conférence, spectacle, concert, film, atelier de dégustation).

Pour cette saison culturelle, Les vins d'abbayes en partenariat avec l'Association Les Vins d'Abbayes, La Croix et Le Monde de la Bible a mis à l'honneur le rôle historique et culturel des ordres monastiques dans le monde du vin et de la vigne.

En partenariat avec l'Ambassade de l'Uruguay en France, l'Institut national de vitiviniculture uruguayenne et l'Institut culturel basque, l'Uruguay a été mis à l'honneur dans le cadre de la Semaine de l'Amérique Latine et des Caraïbes en France.

Les Grands Entretiens

Ces rendez-vous sont des moments d'échanges privilégiés avec une personnalité emblématique de l'univers du vin. Menés par un journaliste, ces entretiens recueillent les confidences et les témoignages de celles et ceux qui marquent l'histoire de la culture du vin. Construits en partenariat avec Latitude20,

ces rencontres sont suivies d'un dîner organisé par Latitude20. Ils bénéficient du soutien des Amis de La Cité du Vin.

Pierre-Emmanuel Taittinger, Pierre Arditi, Jean-Michel Cazes, Pierre Lurton et Jancis Robinson ont été les grandes figures de ces rencontres.

- **La programmation culturelle autour des expositions temporaires**

L'objectif de cette programmation culturelle est également d'attirer de nouveaux publics à découvrir l'exposition temporaire en proposant des événements régulièrement. En ce sens, les partenariats avec des structures culturelles locales permettent de créer de nouvelles synergies, de nouveaux réseaux de diffusion d'information et de faire connaître nos activités à un public ciblé.

A l'occasion de l'exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* » :

Une partie de la programmation a été intégrée au sein même de l'exposition avec la conception d'une scène dédiée à des intermèdes musicaux proposés en partenariat avec les chanteurs et instrumentistes du Conservatoire de Bordeaux. Ils ont donné lieu à 24 interventions musicales et ont attiré près de 800 spectateurs.

Dans le même temps la programmation culturelle a accompagné l'exposition avec :

- Quatre concerts : De Lully à Rameau (concert baroque du Conservatoire de Bordeaux) L'Estaminet lyrique (chanson française par les Lunaisiens avec Arnaud Marzorati), la fête de la musique avec le Conservatoire de Bordeaux, Le triomphe de Bacchus (concert poétique)
- Un colloque international sur le vin et la musique dans les arts visuels
- Un ciné gourmand avec la projection du film Traviata de Franco Zeffirelli
- Une conférence pour l'inauguration de l'exposition et une visite privilège par Florence Gétreau, commissaire de l'exposition
- Une rencontre sur la présentation du catalogue de l'exposition en lien avec l'Escale du livre (salon du livre bordelais)

A l'occasion de l'exposition Vignoble Invité « *Douro, l'air de la terre aux bords des eaux* » :

Les rencontres « *Douro, boire le paysage* », « *Qu'est-ce que le vin de Porto ?* », « *Le paysage culturel du Haut Douro, patrimoine mondial* », « *Ramos Pinto : une saga familiale* » et les ateliers oenoculturels « *A chacun son Porto* et *O Sol do Porto* », ainsi que le concert « *Sons Do Douro* » en collaboration avec le Musée du Douro ont rythmé la programmation autour de l'exposition.

En partenariat avec le cinéma Jean Eustache de Pessac et dans le cadre de l'Unipop arts, littérature et cinéma la rencontre « *Manoel de Oliveira par António Preto* » a mis en lumière l'univers du vin dans l'œuvre du cinéaste.

- **Les événements**

En 2018, La Cité du Vin a proposé de nombreux événements dans le cadre de grands festivals qui rythment la vie culturelle bordelaise, de fêtes nationales et internationales : L'Escale du Livre, L'Hermione : la frégate de la Liberté, La Fête des vignerons de Vevey (journées européennes du patrimoine), Japonismes 2018, Vinifera, la saga du Vin (sortie de la nouvelle collection de BD aux éditions Glénat), Rendez-vous au Paradis (Festival international des arts de Bordeaux), Le vin des poilus (dans le cadre de la mission du centenaire de la Première Guerre mondiale), Le vin des pharaons (célébration des 10 ans de l'association Egyptologique de Gironde), les colloques Vin, droit et santé et Vin et immortalité (célébration des 70 ans de l'Académie du vin de Bordeaux), Mis en bouteille (Festival des fous rires de Bordeaux).

Les chiffres clés :

- 75 événements
- 35 partenaires associés

- 200 intervenants extérieurs
- 9785 spectateurs
- 3 colloques
- 14 spectacles/concerts

La médiation « œnoculturelle »

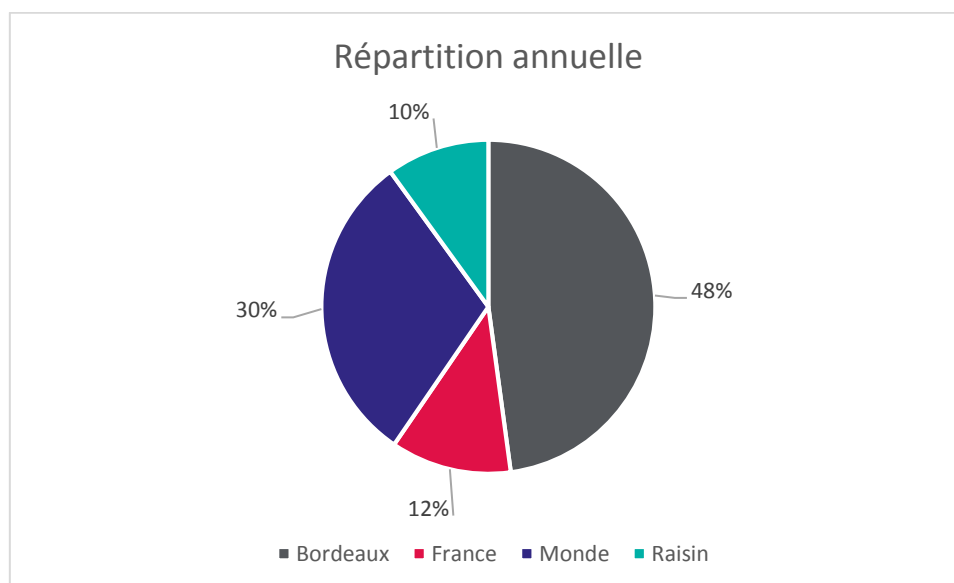
L'équipe de médiation conçoit et anime des actions qui sont autant de liens entre les publics de La Cité du Vin. Par différents thèmes (sensorialité, histoire...) et formes (dégustations, ateliers œnoculturels, visites guidées...), elles favorisent la découverte de la culture et des civilisations du vin en suivant deux principes : partage et convivialité.

- **La dégustation « œnoculturelle » du Belvédère**

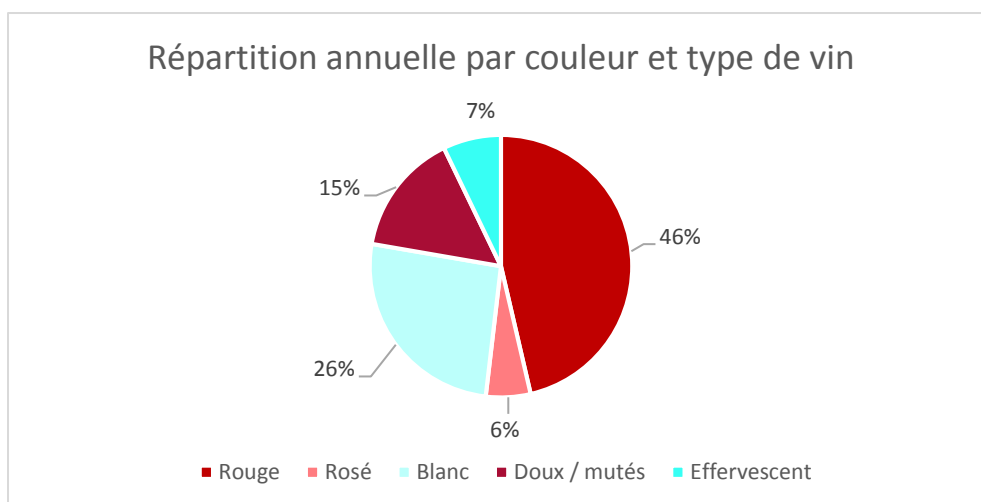
L'équipe de la Fondation s'attache quotidiennement à proposer une découverte du vin par les appellations, comme une proposition de voyage. Le visiteur choisit un vin parmi 20 références.

La consommation des vins au Belvédère en 2018 est de 26 370 bouteilles de vin, 2 927 bouteilles de jus de raisin et 2 113 bouteilles d'eau.

La catégorie des vins de Bordeaux est celle qui a le plus souvent été dégustée au Belvédère.



Les vins rouges arrivent en tête et représentent près d'un verre sur 2.



- **Les activités à l'année, socle de l'offre de médiation**

L'offre permanente quotidienne est recentrée sur le public adulte :

- L'atelier découverte « *Sens dessus dessous* » : une initiation ludique à la dégustation à travers une approche sensorielle
- L'expérience multisensorielle « *Prendre un verre aux marchés du monde* » : dans une salle immersive, un voyage multisensoriel à 360° sur quatre continents : images, odeurs, sons et vins. Programmation quotidienne en anglais en haute saison
- La visite guidée « *Il était une fois La Cité du Vin* » : présentation du projet global de La Cité du Vin, de son histoire, de ses espaces et les missions de la Fondation. Programmation quotidienne en anglais en haute saison

L'offre est complétée ponctuellement (week-end, vacances scolaires...) :

- La visite guidée « *Zoom sur l'architecture* » : un parcours dans le bâtiment pour en découvrir l'architecture, sa symbolique et les coulisses de sa construction. Visite créée spécifiquement pour un public spécialiste des questions d'architecture et souvent plus pointues
- L'atelier découverte, « *Bordeaux, question de styles* » (conçu en collaboration avec l'Ecole des Vins de Bordeaux) : une découverte de différents styles de vins de Bordeaux (Claret, Blanc et Rouge) en suivant un fil historique. Atelier proposé les week-ends, et en haute saison, quotidiennement, en français et en anglais
- L'atelier des curiosités, « *Le vin des écrivains* » : une découverte de textes qui parlent d'une facette du vin : Apollinaire et les vins du Rhin, Colette et le terroir bourguignon, Cervantès et la dégustation de vins d'Espagne. Loin d'être un atelier de spécialistes de la littérature, il propose une approche originale
- L'atelier Famille, « *Tous les goûts sont permis* » : parents et enfants partagent des expériences sensorielles qui leur font découvrir la dégustation (sans alcool)
- « *La Sieste vigneronne* » (d'après une idée originale de La Cité des Sciences et de l'Industrie) : allongés sur un transat, les visiteurs écoutent une bande son liée au vin, de la vigne au verre, qui invite à se relaxer, voire à dormir quelques minutes pour découvrir les bienfaits de la sieste

La refonte des ateliers *Afterwork* pour faire des propositions régulières chaque semaine, à destination des publics locaux, marque l'année 2018 :

- 1^{er} jeudi du mois : « *Vins et chocolats du monde* » : en collaboration avec Hasnaâ chocolats grands crus, une coanimation, un regard croisé sur deux univers culturels et gustatifs, quatre accords
- 1^{er} vendredi du mois : « *L'heure d'après* » : au Belvédère, le coup de cœur des médiateurs sur trois terroirs viticoles
- 2^{ème} jeudi du mois : « *Vins et thés* » : en collaboration avec *La QuintEssence du thé*, une coanimation, un regard croisé sur deux boissons civilisationnelles
- 3^{ème} jeudi du mois : « *Les jeudis des vins du monde* » : un rendez-vous mensuel animé par les partenaires viticoles pour découvrir une région ou un pays en quelques vins, un rendez-vous bien installé, en deux séances
- 4^{ème} jeudi du mois : « *L'archéo du vin / Le vin des Romains* » : à la découverte du goût du vin des Romains, produit en collaboration avec l'INRAP

- **La médiation autour des expositions**

Les actions de médiation autour des expositions trouvent leurs publics, notamment locaux.

Le Vin & la Musique

Proposition de différents formats de médiation dans l'idée que chacun puisse découvrir l'exposition à son rythme.

- Rédaction des documents d'aide à la visite distribués à l'entrée de l'exposition
- Création du parcours juniors dans l'exposition
- Médiation en salle « *Le rendez-vous des curieux* » : toutes les heures un médiateur donne les clés de l'exposition
- Visite guidée quotidienne par un médiateur, suivie d'une dégustation expérientielle
- Atelier adultes hebdomadaire, « *Le Vin & la Musique* » : atelier renouvelable hors de la période d'exposition car période contemporaine.
- Atelier jeune public sur le thème de l'Opéra et des décors
- Animation famille en salle « *La malle aux trésors* » : malle à costumes en libre accès
- Visites adaptées aux personnes en situation de handicap

Vignoble Invité : PORTO

Changement de format avec la présence dans l'exposition de personnels d'accueil et de surveillance.

- Visite guidée quotidienne de l'exposition suivie d'une dégustation de vin de la vallée du Douro
- Atelier adultes hebdomadaire « *Porto et les trésors du Douro* »

- **La médiation évènementielle**

Evénements liés à la programmation culturelle

Le pôle médiation est impliqué dans les événements de la programmation culturelle sur la partie sommellerie et la préparation des contenus œnoculturels :

- « *Vins et fromages d'abbaye* » : création d'un atelier œnoculturel dans le cadre du week-end terroir *Vins d'abbayes*
- « *Vins des îles* » : création d'un atelier œnoculturel programmé dans le cadre des jeudis des vins du monde
- « *Saké et vin, L'eau et le nectar des dieux* » : création d'un atelier œnoculturel dans le cadre du week-end *Japonismes*
- Accueil de l'Hermione, ciné gourmand, dégustations savantes, jeudis des vins du monde, week-end terroir...

Événements liés à des manifestations nationales ou régionales

Plusieurs actions spécifiques ont été menées par l'équipe médiation dans le cadre de manifestations nationales ou régionales qui sont autant d'occasions de créer des partenariats avec des acteurs culturels ou pédagogiques locaux :

- Nuit européenne des Musées : ouverture gratuite de l'exposition temporaire, partie muséale de La Cité du Vin. Intégration dans le jeu rallye créé en collaboration avec les musées de la ville de Bordeaux, animé par des bénévoles. Très forte affluence et nouveaux publics
- Campulsations (festival étudiant organisé par le Crous de Bordeaux) : atelier pour les étudiants mené par des étudiants, dont le thème était en lien avec Cap Sciences. Dégustation à l'aveugle en musique
- Bordeaux accueille ses étudiants : accueil de groupes d'étudiants arrivant dans la ville pour leur faire connaître La Cité du Vin, en partenariat avec la mairie de Bordeaux
- Vinoulipo : dégustation littéraire avec Hervé Le Tellier dans le cadre du festival Ritournelles, en partenariat avec Permanences de la littérature

Le Salon de lecture

- **Le fonds d'ouvrages en consultation libre**

Le Salon de lecture met à disposition des visiteurs et des collaborateurs de la Fondation un ensemble d'ouvrages et de revues autour du vin dans toutes ses dimensions (culturelle, technique, géographique, historique, artistique, littéraire...).

Fin 2018, le Salon de lecture proposait 1 918 ouvrages en 21 langues différentes (180 nouveaux ouvrages acquis, dont plus de la moitié ont été offerts).

Un désherbage a été organisé afin d'enlever les livres qui ne sont plus pertinents et de faire de la place pour de nouveaux ouvrages.

Le Salon de lecture accueille chaque jour jusqu'à une centaine de visiteurs, qui s'y arrêtent de quelques minutes pour obtenir un renseignement, à plusieurs heures pour y étudier.

- **La bibliothèque en ligne**

Le projet de bibliothèque en ligne a été mis en œuvre en 2017. Le Salon de lecture dispose désormais d'un espace internet dédié (<http://library.laciteduvin.com/fr>) accessible à partir du site de La Cité du Vin. Outre une présentation du lieu, les visiteurs ont accès au catalogue des ouvrages du salon, avec la possibilité d'effectuer des recherches (par thématique, auteur, éditeur, mots-clés, lieu et/ou langue) et de constituer un panier.

Les visiteurs ont également l'opportunité de prolonger leur venue à La Cité du Vin au travers de la page intitulée « Les suppléments », qui propose une liste de sélection d'ouvrages en rapport avec les expositions temporaires, les événements et les ateliers.

Une version interne réservée aux collaborateurs de la Fondation a été créée pour faciliter le travail de recherche.

En 2018, la page d'accueil du Salon de lecture a été visitée 405 fois, la page de recherche 1 600 fois et la page de supplément 265 fois. La visibilité et l'accès à la consultation en ligne devraient être facilités grâce à la refonte de la page d'accueil du site internet de La Cité du Vin.

Les actions en faveur de l'accessibilité

Depuis son ouverture, La Cité du Vin a le souhait d'être accessible au plus grand nombre et de s'adapter aux besoins de chacun, cela fait partie de l'ADN du projet. La Marque d'Etat Tourisme et Handicap est venue saluer cet engagement en 2017.



Plusieurs activités à destination des publics, issues de l'offre quotidienne et autour des expositions ont été programmées tout au long de la saison :

- Atelier « *Sens dessus dessous* » à l'aveugle, avec interprète LSF
- Atelier famille en langage facile
- Visite guidée « *Il était une fois La Cité du Vin* » avec interprète LSF
- Visite dégustation « *Le vin et la musique* » avec interprète LSF
- Visite tactile descriptive et gustative « *Le vin et la musique* »
- Visite facile « *Le vin et la musique* »

La saison 2018 a aussi été marquée par l'ouverture de la programmation culturelle aux publics sourds avec une conférence (« *Le vin des Poilus* » le 13 novembre) qui a bénéficié de la présence d'un interprète en Langue des Signes Française. Cette initiative a été très appréciée et saluée par les publics.

Afin de rendre l'offre visible pour les publics, La Cité du Vin s'est associée au mois de l'accessibilité organisé par l'association Tourisme et Handicap en avril. Elle a par ailleurs organisé un week-end de l'accessibilité en juin.

Conscients de la difficulté de communiquer, il nous a semblé pertinent de s'inscrire dans une régularité des actions. Désormais, en 2018, La Cité du Vin met en place « *Les rendez-vous de l'accessibilité* ». Chaque 1er samedi du mois, La Cité du Vin propose un atelier ou une visite guidée adaptée centrée sur l'offre de médiation œnoculturelle quotidienne ou les expositions temporaires.

Ces rendez-vous se veulent être des temps de partage entre tous les publics et non des rendez-vous spécifiques, inscrivant ainsi la Fondation dans une démarche inclusive.

LA FONDATION HORS LES MURS

Projet en Chine : Chemin de la Connaissance du Vin

En juillet 2018 a été signé un accord de partenariat entre le district de Fangshan et la Fondation, pour concevoir un lieu unique en Chine dit « Chemin de la Connaissance du Vin », qui permettra l'accès à la culture autour du vin et de la vigne, aux modes de vie internationaux et constituera la première zone d'œnotourisme sino-français.

La Fondation avait en effet été sollicitée il y a plusieurs années pour apporter son expertise au développement de ce projet.

Quelques repères historiques :

- Un projet sino-français officiel, validé par le Gouvernement français et le Président chinois Monsieur Xi Jinping, lors de sa visite à Paris en 2014.
- Le 24 novembre 2015, a été signée au Sénat la Charte de Coopération Franco-Chinoise du vin, incluant la création d'une zone de coopération et de promotion du vin Français à Pékin. En présence de :
 - Monsieur le Sénateur Gérard César, Président du Groupe d'Etudes de la Vigne et du Vin
 - Monsieur le Sénateur Jean Bizet, Président de la Commission des Affaires Européennes
 - Les représentants du Gouvernement du district de Fangshan
 - Monsieur Tang Weixing, propriétaire du Château Bolongbao
- Visite de la délégation chinoise en France et à La Cité du Vin en 2016 et 2017
- 2018 : déplacement de la Présidente et du Directeur Général de la Fondation à Pékin
- Juillet 2018 : signature de l'accord de Partenariat entre le district de Fangshan et la Fondation (En février 2019 sera signée la convention de collaboration entre la structure chinoise qui porte le projet culturel et la Fondation. Cette collaboration est une co-direction du projet jusqu'à l'ouverture)

Interventions des membres de la Fondation à l'extérieur de La Cité du Vin

Plusieurs collaborateurs de la Fondation sont intervenus dans des congrès et conférences

- **Laurence Chesneau-Dupin, directrice de la Culture :**
 - Novembre : Espagne, Logrono, congrès international langues, littérature, vins et territoire organisé par l'Université de La Rioja : animation de la séance de clôture sur le thème « Culture et civilisations du vin, un Patrimoine à partager »
 - Novembre : Saint Romain en Gall, les rencontres de Bacchus, Rencontres professionnelles de l'œnotourisme du Rhône : intervention lors d'une table ronde sur les grands succès de l'œnotourisme
 - Septembre : Rotary club de Bordeaux : La Cité du Vin deux ans après
 - Décembre : présentation du catalogue de l'exposition « *Vin et Musique, accords et désaccords* » dans le cadre de la remise des Prix de l'Académie des Sciences Belles-Lettres et Arts de Bordeaux
- **Karine Marchadour, responsable de la médiation culturelle :**
 - Octobre : journée internationale de la médiation, Congrès annuel de la Société des Musées du Québec à Montréal sur le thème « Musées, innovations numériques et expériences de

- visite » : intervention dans la table ronde « Expériences immersives et polysensorielles au cœur de la visite muséale »
- Mars : OCIM (observation coopération informations muséales), intervention sur la formation professionnelle sur la médiation
 - **Véronique Lemoine, responsable du Parcours permanent :**
 - Mars : OCIM, intervention sur le thème : « Le Parcours permanent de La Cité du Vin : Un voyage... numérique, une médiation intégrée »
 - Novembre 2018 : présentation « Le numérique au service de l'expérience de visite à La Cité du Vin » lors du 63ème International DWV Congress (le grand congrès annuel des viticulteurs allemands, dont le thème de l'année était Viticulture4.0, au sein du salon international Intervitis
 - **La Cité du Vin a également été présente hors les murs dans le cadre de la programmation culturelle :**
 - Le 8 avril 2018 : La Cité du Vin à l'Escale du livre : présentation du catalogue de l'exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* » en présence de la commissaire d'exposition et des auteurs
 - Le 13 décembre 2018 : Manoel de Oliveira par Antonio Preto au Cinéma Jean Eustache dans le cadre de l'Unipop Arts, littérature et cinéma

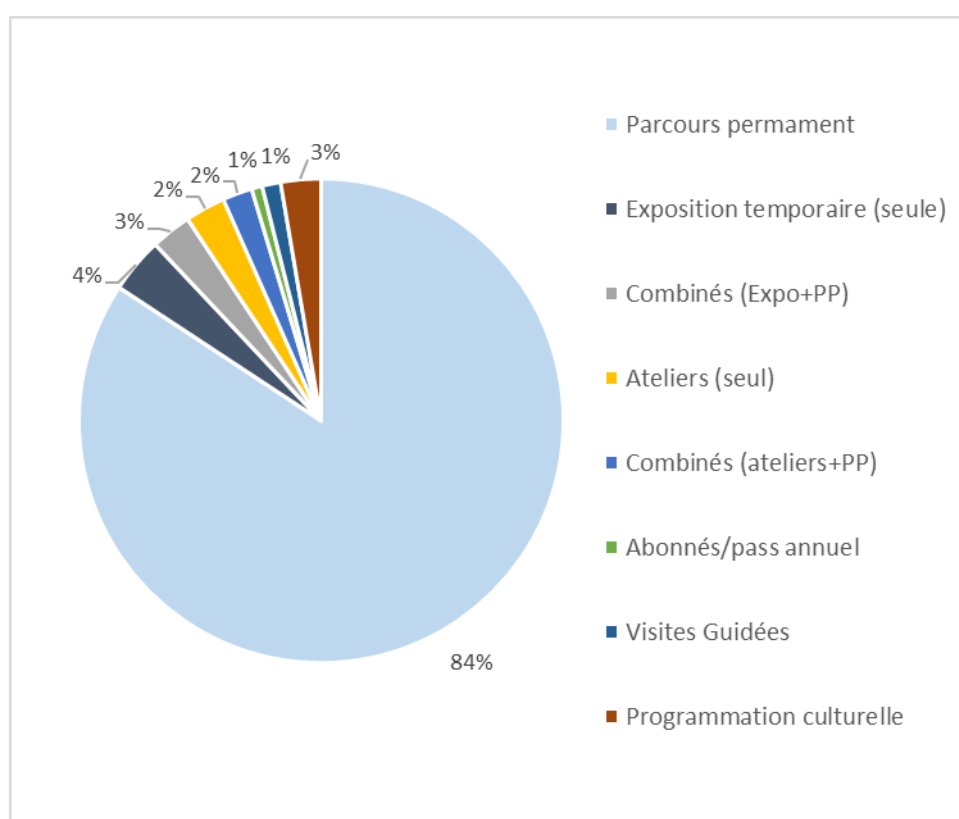
LES PUBLICS DE LA CITE DU VIN

Les différents publics de La Cité du Vin

La Cité du Vin s'adresse à tous, néophytes, comme experts, adultes ou enfants, visiteurs individuels ou en groupe. Elle est accessible au public le plus large, y compris aux visiteurs en situation de handicap, et aux touristes du monde entier, grâce notamment au compagnon de voyage, guide numérique disponible en huit langues, avec également une version en langage « facile ». Elle est aussi ouverte aux entreprises et institutions qui souhaitent venir y travailler ou y organiser des événements privés.

- **Chiffres clés et profil des publics de l'offre culturelle**

En 2018, La Cité du Vin a accueilli 421 000 visiteurs de 180 nationalités différentes, qui se répartissent par produits de la manière suivante :

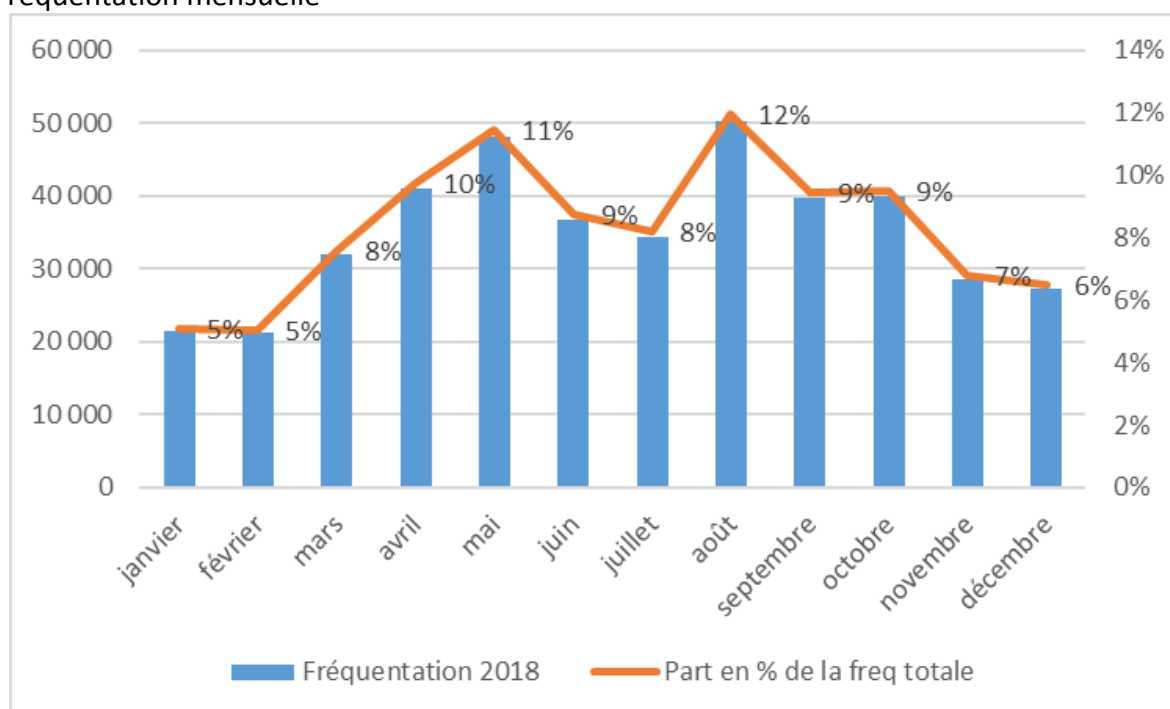


En 2017, La Cité du Vin avait reçu 444 000 visiteurs, de 176 nationalités différentes, avec un poids des produits sensiblement identique, si ce n'est une part légèrement plus importante pour l'exposition temporaire : 5% pour l'exposition temporaire seule et 5% pour le billet combiné Parcours permanent + exposition en 2017, vs. respectivement 4% et 3% en 2018.

Le poids du Parcours permanent a donc été légèrement supérieur en 2018 (84% vs. 82% en 2017).

- **Chiffres clés de l'offre culturelle**

Fréquentation mensuelle



La basse-saison se situe de novembre à mars et a représenté 31% de la fréquentation annuelle. Il y a eu un rapport de 2,4 entre février, mois le plus creux, et août, mois le plus fréquenté.

- **La fréquentation du Parcours permanent et du Belvédère**

92 % des visiteurs de La Cité du Vin ont fréquenté le Parcours permanent, seul ou combiné à d'autres activités culturelles au sein de La Cité du Vin, soit 377 414 personnes (dont 3 000 bénéficiant du Pass abonné).

91,6 % des visiteurs du Parcours permanent ont accédé au Belvédère et 86,95 % y ont dégusté un verre de vin ou de jus de raisin.

- **La fréquentation des expositions temporaires**

26 000 visiteurs ont parcouru la deuxième grande exposition artistique de La Cité du Vin « *Le Vin & Musique, accords et désaccords* », dont la moitié en l'associant avec la visite du Parcours permanent (24€ au lieu de 20€). En 2017, l'exposition « *Bistrot ! De Baudelaire à Picasso* » avait séduit 42 000 visiteurs, dont la moitié avec des billets combinés au Parcours permanent.

L'exposition « *Douro, l'air de la terre au bord des eaux* » a quant à elle accueilli plus de 33 000 visiteurs sur l'année 2018 (l'exposition avait commencé le 5 octobre 2018, et s'est achevée le 6 janvier 2019), ce qui représente 375 visiteurs par jour (entrée incluse dans le billet du Parcours permanent ou billet seul à 4€). En 2017, l'exposition « *Géorgie ! Berceau de la viticulture* » avait connu un plus grand succès avec 53 000 visiteurs.

- **La fréquentation de la programmation artistique et culturelle**

La programmation culturelle a permis de réunir en 2018 près de 10 500 participants en y incluant les Jeudis des Vins du monde (+5% vs. 2017).

- **La fréquentation des ateliers et visites guidées**

Les ateliers

19 667 personnes ont pris part aux ateliers (soit 1250 de plus qu'en 2017) dont 8 359 avec un billet combiné avec le Parcours permanent.

Bien que seuls 2 ateliers soient proposés quotidiennement en anglais, et seulement en haute saison, les visiteurs étrangers ont tout de même représenté 27% des participants aux ateliers sur l'année. Les résidents de Bordeaux Métropole ont quant à eux représenté 22% du total. Les ateliers afterwork proposés le soir ont naturellement majoritairement séduit des Bordelais, à qui ils sont destinés.

Quant aux « *Jeudis des vins du monde* » animés par nos partenaires viticoles chaque 3^{ème} jeudi du mois (2 séances), leur succès se confirme auprès des résidents de Bordeaux Métropole : ils ont rassemblé 738 participants en 2018, répartis dans 21 ateliers. Amateurs de vin, et motivés par la région présentée, ils sont très largement satisfaits de l'expérience proposée et de la convivialité qui règne dans ces ateliers.

Si le taux de remplissage moyen des ateliers est de 32% en 2018 (+3 points vs. 2017), il cache de grandes disparités : de 11 % pour l'atelier jeune public « *Les goûts et les couleurs* » proposé seulement en été, à 42 % pour l'atelier « *Sens dessus dessous* » ou 35 % pour l'atelier famille « *Tous les goûts sont permis* », et jusqu'à 97 % en moyenne pour l'atelier afterwork « *Vins et chocolats du monde* » !

Les visites guidées

6 161 visiteurs ont participé à une visite guidée (dont 857 en anglais), soit 66% de plus qu'en 2017. Le taux de remplissage moyen est de 32% (+ 4 points vs. 2017). Celui de la visite en anglais a augmenté de 11 points, pour atteindre 20%.

Profils des publics de l'offre culturelle

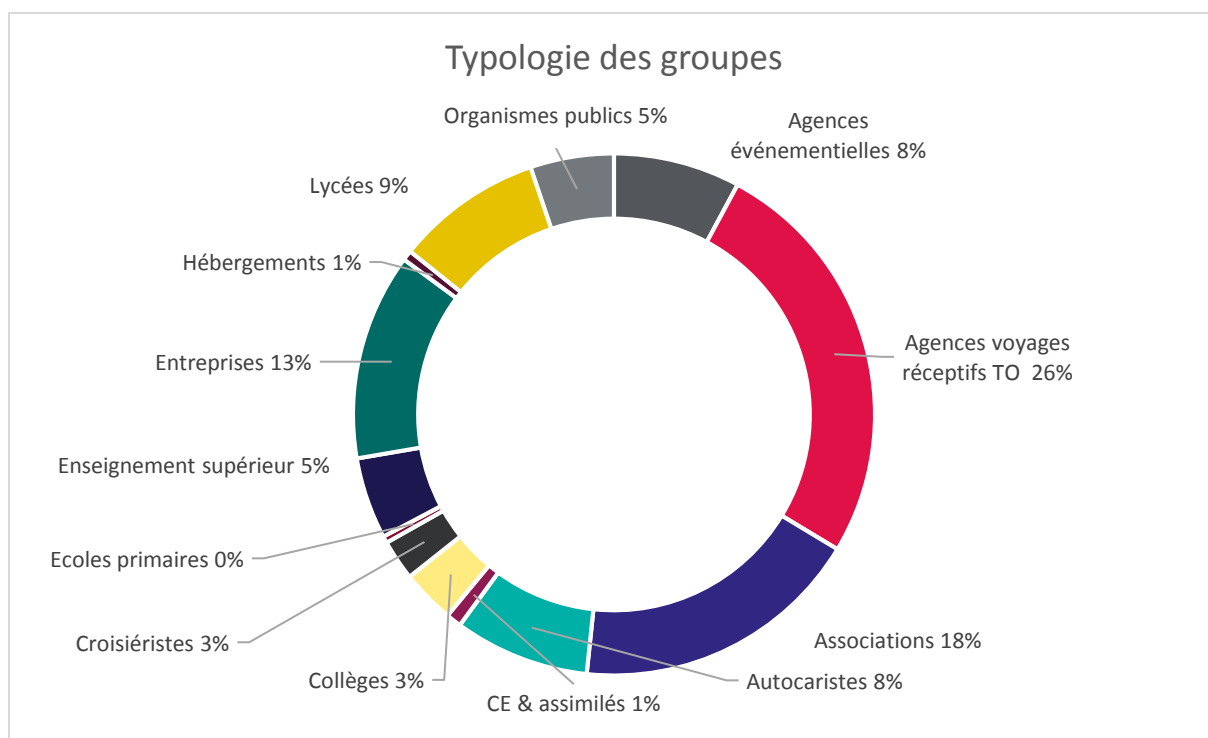
- **Typologies**

Les études barométriques menées à différentes périodes de l'année indiquent que 40% des visiteurs ont entre 40 et 60 ans, 26% entre 25 et 40 ans, 20% plus de 60 ans, 8% entre 18 et 25 ans, et près de 6% sont des enfants de moins de 18 ans (+ 0,5 points vs. 2017), avec logiquement un poids bien plus fort pendant les vacances scolaires (plus de 9% du total des visiteurs en août).

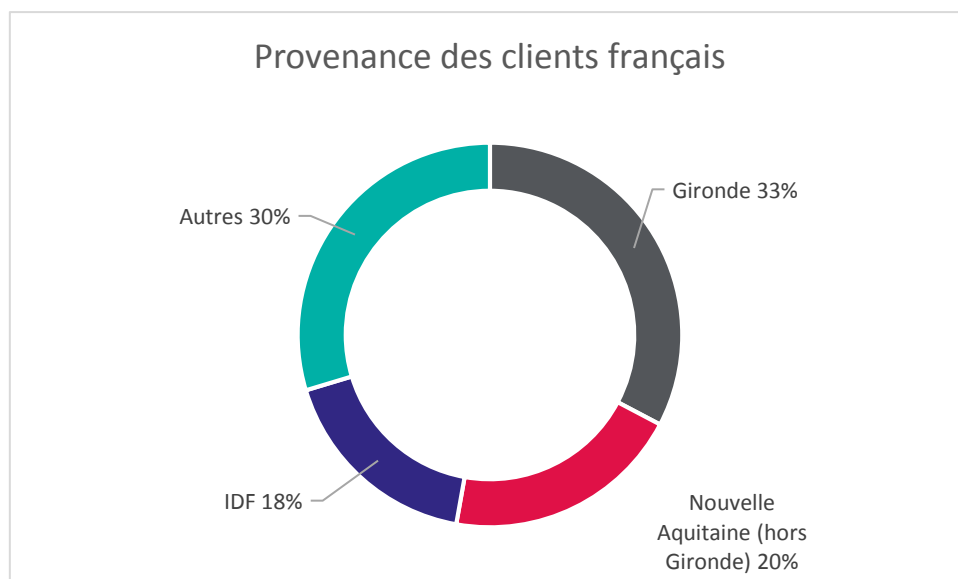
Plus de 800 groupes ont été accueillis à La Cité du Vin en 2018 (vs. 1100 en 2017) : ils ont représenté près de 8% de la fréquentation hors programmation culturelle (vs. 10% en 2017) de La Cité du Vin, soit 30 500 visiteurs (vs. 42 000 en 2017), avec de fortes disparités selon les mois : de 1,4% en août à 14% des visiteurs en juin.

Les groupes sont d'origines très variées. Les agences de voyages, les associations et les entreprises sont parmi les plus représentées.

12 % des visiteurs en groupes sont des scolaires.



86% des clients sont des organismes français. 33% des visites en groupes sont organisées par des professionnels du tourisme ou des entreprises locales.

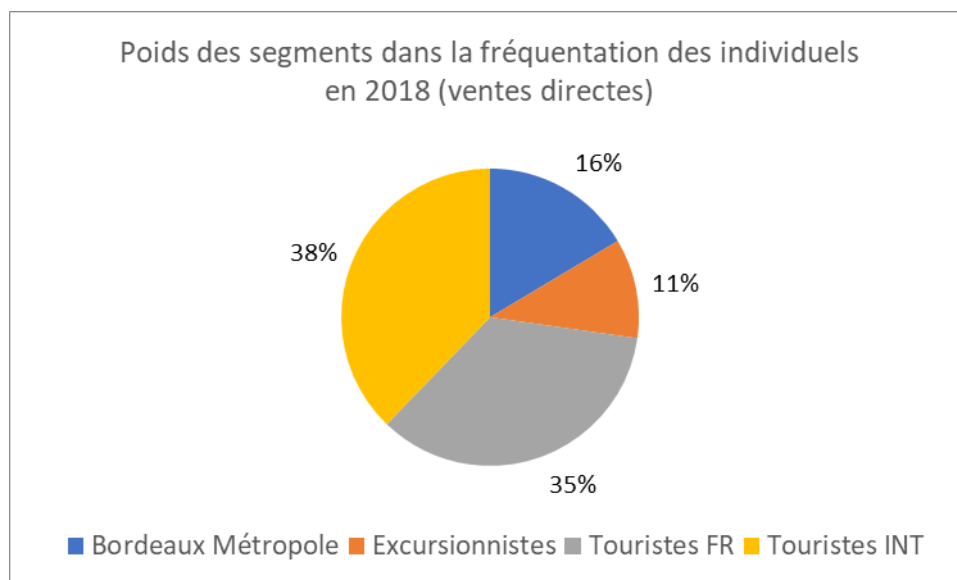


- **Provenance géographique**

Il s'agit de la fréquentation issue des ventes directes, hors ventes intermédiées type agences de voyage, comité d'entreprises, groupes...

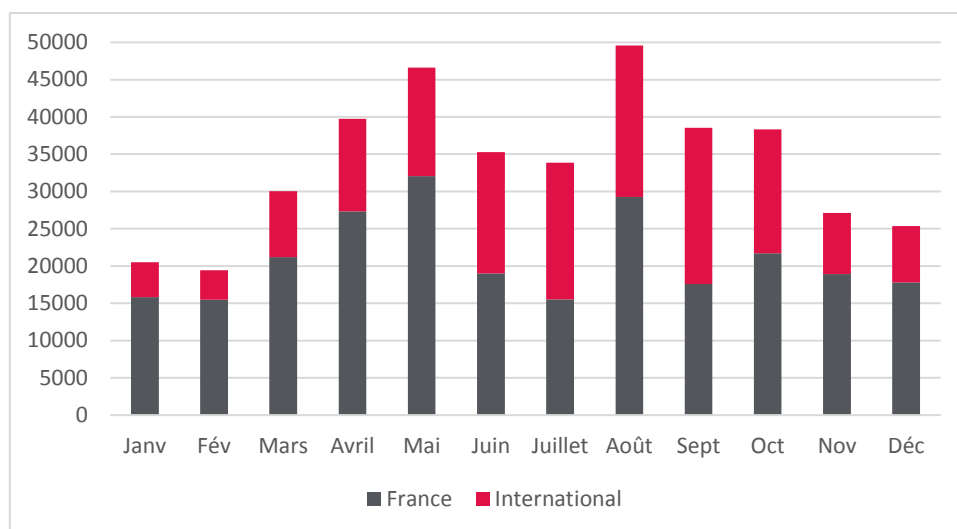
Les visiteurs de La Cité du Vin appartiennent à l'une des catégories suivantes, dont la proportion évolue au cours des périodes de l'année. En moyenne en 2018 :

- Les résidents de Bordeaux Métropole ont représenté 16% de la fréquentation de La Cité du Vin (hors événements de la programmation culturelle) vs. 22% en 2017
- Les excursionnistes (hors Bordeaux Métropole) qui résident à moins de 2h de Bordeaux et peuvent faire l'aller-retour dans la journée ont représenté 11% de la fréquentation (vs. 14% en 2017). La majorité habitent en Nouvelle-Aquitaine, mais on trouve également les toulousains dans cette catégorie
- Les touristes français (hors Bordeaux Métropole et excursionnistes) ont été à la seconde place avec 35% du total, comme en 2017
- Les touristes étrangers, 1er segment de visiteurs en volume pour la première fois en 2018 ont représenté 38% de la fréquentation de La Cité du Vin (vs. 29% en 2017). Ils sont en croissance de 22% par rapport à 2017



- **Détail des provenances étrangères**

Le poids des visiteurs étrangers est logiquement bien plus élevé en haute saison : il a même dépassé celui des visiteurs français en juillet et en septembre 2018 !



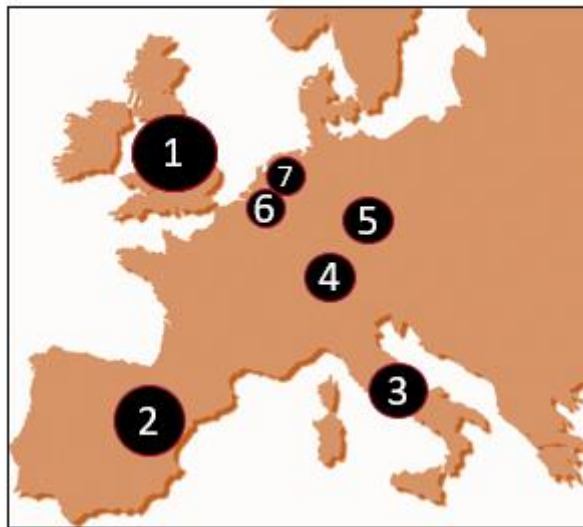
Le Royaume-Uni, les Etats-Unis et l’Espagne ont représenté les plus importantes fréquentations d’origine étrangère de La Cité du Vin, avec respectivement 13%, 11% et 10% des provenances internationales.

Fréquentation provenant des ventes directes, hors ventes intermédiées :

Pays	2018		2017	Evolution 2018 vs 2017
	Part des visiteurs étrangers	Total Fréquenta- tion	Total Fréquenta- tion	
1 ROYAUME UNI	13%	15 961	13230	21%
2 USA	11%	14 121	11183	26%
3 ESPAGNE	10%	12 230	10113	21%
4 ITALIE	8%	9 516	8110	17%
5 SUISSE	7%	8 551	7655	12%
6 ALLEMAGNE	7%	8 235	6810	21%
7 BELGIQUE	5%	5 849	5888	-1%
8 CANADA	4%	5 367	4191	28%
9 BRESIL	3%	4 136	3665	13%
10 AUSTRALIE	3%	4 133	3270	26%
11 CHINE	3%	3 502	3298	6%
12 PAYS BAS	3%	3 438	3021	14%

Le Royaume-Uni à lui seul représente 20% des visiteurs Européens.

Provenances Europe



- **Satisfaction des publics de l'offre culturelle**

Différentes études sur la satisfaction des visiteurs ont été menées en 2018 : sur leur satisfaction générale quant à leur expérience à La Cité du Vin, sur leur visite plus précisément du Parcours permanent ou des expositions temporaires, des ateliers, événements de la programmation culturelle, ou encore des services mis à leur disposition au sein du bâtiment.

Il en ressort globalement un très bon niveau de satisfaction, qui a dépassé la note de 8/10 en moyenne sur l'année 2018, seuls 7% des visiteurs donnant une note inférieure à 7, tandis que 32% attribuent à leur visite une note de 9 ou 10.

Un baromètre général a été mené à 4 reprises en avril, juillet, septembre et décembre, avec 200 personnes interrogées à chaque fois à leur sortie de La Cité du Vin. A partir de septembre, des enquêtes de satisfaction ont également commencé à être menées par email auprès des visiteurs (français comme étrangers) ayant acheté leur billet pour le Parcours permanent sur le site web de La Cité du Vin.

Selon la période de l'année, 20 à 22% des visiteurs (non-résidents de Bordeaux Métropole) déclarent que c'est La Cité du Vin qui a motivé leur venue à Bordeaux.

Les notes attribuées à l'accueil, à la compétence et à la disponibilité du personnel, ainsi qu'au délai d'attente ont été excellentes : elles évoluent dans une fourchette de 8,6 à 9,6 selon la période de l'enquête.

Le compagnon de voyage et les éléments interactifs du Parcours permanent, le Parcours permanent lui-même ainsi que le Belvédère, recueillent des notes supérieures à 8, en légère progression par rapport à 2017.

Quant au taux de recommandation, il est supérieur à 8,5.

Concernant la programmation culturelle, des enquêtes de satisfaction ont été menées par email auprès des visiteurs ayant réservé en ligne leur billet pour un événement, ce qui représente la majorité des participants aux événements. Les taux d'ouverture de ces emails sont exceptionnels (plus de 60%), et les taux de réponses aux enquêtes également très élevés (plus de 40%), preuve de l'intérêt et de l'engagement de ces publics auprès de La Cité du Vin.

La satisfaction des **Vendanges du Savoir** est excellente avec une note moyenne qui se situe entre 8 et 9/10 selon les conférences, et 9 participants sur 10 se disent prêts à recommander ce type de conférence à leur entourage. Le bouche à oreille est d'ailleurs l'une des premières sources de connaissance de ce cycle, aux côtés des annonces faites sur les réseaux sociaux, du programme culturel imprimé de La Cité du Vin, et des sites web de La Cité du Vin et de l'Institut Supérieur de la Vigne et du Vin. Les Vendanges du Savoir ont désormais un public de fidèles (45% des participants ont déjà assisté à plus de 4 conférences), même si elles permettent encore d'attirer à chaque conférence entre 10 et 15% de primo-visiteurs, qui n'étaient jamais venus à La Cité du Vin.

Les **Grands Entretiens** avec des personnalités du monde du vin recueillent également un taux de satisfaction très élevé (note moyenne entre 8 et 9 sur 10).

Ce taux est identique pour les participants aux **Cinés gourmands**, qui viennent très majoritairement en couple et sont plus âgés (plus de 70% âgés de plus de 50 ans et 40% de retraités.) Les Cinés gourmands sont à la fois de vrais rendez-vous pour les abonnés de La Cité du Vin (qui représentent près de 30% des participants) et des événements qui permettent de recruter de nouveaux visiteurs (1^{ère} visite à La Cité du Vin pour 40% des participants). Le bouche à oreille, les annonces à la radio ainsi que le site web de La Cité du Vin sont les principales sources de connaissance.

Quant aux **Grands Entretiens**, ils attirent un public féminin à 70%, à parts égales entre 24 et 50 ans et plus de 50 ans (42% pour chaque catégorie). Les étudiants sont aussi nombreux que les actifs (34%). Un public métropolitain à 97%, dont 21% sont abonnés à La Cité du Vin. Il s'agit d'un public d'habitues, puisque seuls 20% n'étaient jamais venus à La Cité du Vin.

Chiffres clés, profils et satisfaction des privatisations

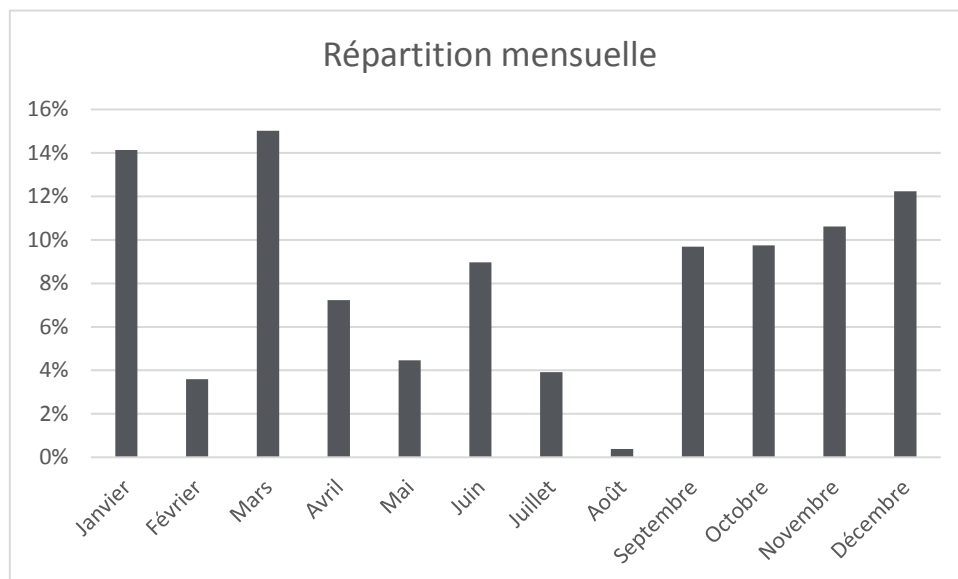
- **Chiffres clés des privatisations**

Les événements organisés à La Cité du Vin ont des formats très variés : réunion classique, lancement de produit, congrès, convention. En 2018, 440 événements se sont déroulés dans les espaces de La Cité du Vin, soit 31 000 personnes accueillies sur la cible tourisme d'affaires (3000 de plus qu'en 2017).

Les durées des événements varient d'une demi-journée à une semaine.

Les activités oenoculturelles (9% du CA HT) sont un véritable avantage concurrentiel et séduisent les clients entreprise et institutionnel qui souhaitent organiser des séances de travail et des activités de loisirs et découvertes en un même lieu.

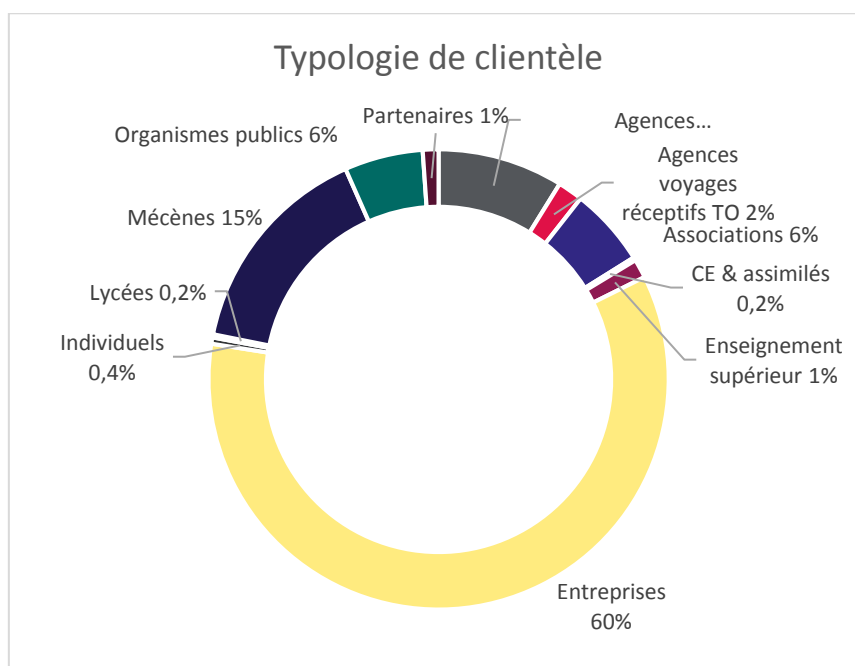
Cette activité est marquée par une forte saisonnalité.



- **Profils des clients**

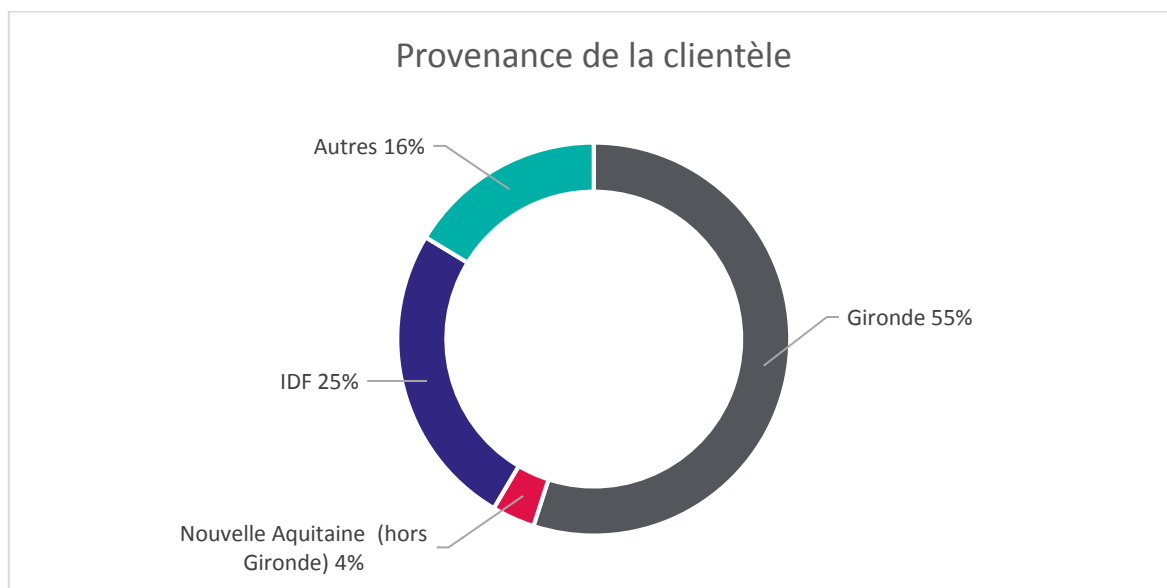
Typologie

Dans un contexte ultra-concurrentiel, l'attractivité de La Cité du Vin ne faiblit pas et les entreprises bordelaises conservent leur première place dans la typologie de clientèle des privatisations.



Provenance géographique

Le poids du bassin émetteur parisien est en constante augmentation (+ 8 points par rapport à 2017) et constitue l'un des leviers de développement sur cette activité.



Chiffres clés et profils de La Boutique

La Boutique de La Cité du Vin est gérée par la Fondation. Véritable concept store de 250m², La Boutique présente une large sélection d'objets, livres, articles en séries limitées, cadeaux et souvenirs en lien avec l'univers du vin.

Chiffres clés de La Boutique

- 43 970 clients ont effectué un achat à La Boutique en 2018, soit une baisse de 6% par rapport à 2017, mais avec une moyenne de 2,6 articles par transaction (chiffre en progression, 2,5 en 2017).
- Les actions menées en 2017 et portant sur la baisse de la dépendance à la fréquentation de cette activité (communication, animations commerciales) ont été efficaces : en 2018, 26% des clients de La Boutique n'ont pas visité La Cité du Vin le jour de leur achat !

Suite aux conclusions de l'audit effectué en 2017, de nombreuses actions ont été entreprises pour soutenir le panier moyen de La Boutique :

- Mise en place de vitrines de présentation
- Introduction d'opérations de merchandising permettant la mise en avant sur le point de vente de produits « saisons » (vitrine Été, vitrine Noël)
- Création d'une nouvelle gamme de produits dérivés en collaboration avec la designer Elise Fouin. En 2018, les ventes de produits souvenirs (dérivés ou exclusifs) ont représenté 17% du CA HT

Chiffres clés et profils des restaurants et de la Cave à vin

La Cave de La Cité du Vin propose 800 références de vins du monde provenant de plus de 70 pays. Plus de 25 934 clients (-7% par rapport à 2017) ont effectué un achat à la Cave à vin en 2018.

La Cité du Vin dispose de trois espaces de restauration :

- Le restaurant « Le 7 », restaurant panoramique géré par Nicolas Lascombes
- La Brasserie – Bar à vins, et le Snack, gérés par Latitude20
- **Chiffres et événements clés :**
 - En 2018, les 2 restaurants ont servi près de 84 000 personnes et le Snack a accompli plus de 31 000 actes de vente (-22% par rapport à 2017).
 - Suite à cette baisse de chiffre d'affaires, la carte de la Brasserie – Bar à vins a été intégralement revisitée par Frédéric Coiffé
 - Lancement du coffret cadeau « un diner prestige au restaurant le 7 » en partenariat avec Bordeaux River Cruise

- **Profil**

Les espaces de restauration sont ouverts aux jours et heures d'ouverture de La Cité du Vin. En journée, le profil de leur clientèle tend à suivre celui du visitorat de La Cité du Vin.

Une enquête auprès des clients des restaurants a été menée en juillet et en août 2018 et a permis de définir de manière plus précise le profil de leur clientèle.

Pour le Snack

Pendant la durée de l'enquête, la clientèle se répartit ainsi : 63% de clients français et 37% d'étrangers. 6 sondés sur 10 choisissent de déjeuner au Snack pour son côté pratique et ¼ parce qu'ils souhaitent profiter du cadre et de l'ambiance.

Pour la Brasserie – Bar à vins

En journée, pendant la durée de l'enquête, les clients de la Brasserie sont principalement français, avec 28% de touristes étrangers. Près de ¾ des sondés viennent pour visiter La Cité du Vin et 2/3 découvrent le restaurant sur place, au cours de leur visite. Néanmoins, il convient de noter que la Brasserie attire et fidélise de plus en plus de salariés des sociétés voisines.

En soirée, la Brasserie – Bar à vins est désormais fermée et privatise ses espaces auprès de la clientèle affaires.

Pour le restaurant « Le 7 »

Le restaurant « Le 7 » est ouvert tous les soirs sauf les dimanche et lundi en basse saison (d'octobre à mars). 1/3 des sondés précise être venus spécialement pour déjeuner ou pour dîner au restaurant panoramique de La Cité du Vin !

Promeneurs

Même si leur nombre n'est pas connu, il est indéniable, cette année encore, que La Cité du Vin a attiré de nombreux curieux qui sont venus découvrir le lieu sans accéder aux espaces payants sous contrôle d'accès.

LES ACTIONS MARKETING ET COMMUNICATION

Publicité

- 5 temps forts sur l'année :

- La Campagne générique 2018 de La Cité du Vin a été conçue et créée avec Publicis Bordeaux, agence sélectionnée suite à la consultation lancée dernier trimestre 2017. Le message s'articule autour de la phrase « Entrez dans... », afin d'inciter les visiteurs à pénétrer dans La Cité du Vin pour y découvrir son parcours et sa programmation. 3 déclinaisons visuelles de ce message ont été déployées, afin d'expliquer la diversité des offres proposées à La Cité du Vin.



- Deux campagnes d'affichage ont été menée autour des expositions temporaires de La Cité du Vin : « Le Vin & la Musique, accords et désaccords » (mars -juin) et le Vignoble Invité 2018 « Douro, l'air de la terre aux bords des eaux » (septembre 2018 -janvier 2019).
- Deux campagnes saisonnières : à l'automne en amont et pendant les vacances de Toussaint avec une offre promotionnelle tarifaire pour renforcer la fréquentation en basse saison, et à Noël afin de positionner La Cité du Vin comme idée cadeau pour Noël (carte cadeau, billetterie, boutique, visites pendant les vacances de Noël).



- **Toutes campagnes confondues** (génériques, saisonnières et expositions, dont l'achat d'espaces et les partenariats), La Cité du Vin a été visible au travers de :
 - 3 499 faces de mobilier urbain dont 1 436 mises à disposition par la Ville de Bordeaux et Bordeaux Métropole (hors campagnes CRTA) et 1 760 faces dans les bus
 - 35 jours de covering du tramway (15 de plus qu'en 2017)
 - Pavoisement de 80 kakémonos de la Ville Bordeaux et sur des Cubes Signalétique sur plus de 3 mois place des Quinconces
 - 284 spots radio (20 sur France Musique musique, 135 sur France bleu, 108 sur NRJ, et 21 sur RFM), Sponsoring d'1 mois Agenda RFM (octobre), et participation à un jeu RTL 2 en couplage avec le restaurant le 7 (semaine 46)
 - Insertions dans la presse et les magazines de tourisme, culture, vin, lifestyle : *Le Figaro*, *Groupe Sud Ouest*, *Terre de Vins*, *Elle magazine*, *Paris Match*, *Le Figaroscope*, *Beaux-Arts*, *Connaissance des Arts*, *Journal des Arts*, *L'Œil*, *France Today*, *Passion Bassin et Rive droite*, *Gites de France*, *Logis de France*, ...
 - Guides touristiques : *Petit Futé*, *Les Bordeaux*, ...
 - Transporteurs : *AF magazine*, *magazine Easyjet inflight*, *Brittany Ferries*, contenu embarqué sur *Volotea/Easyjet/Ibéria* via *PXcom*
- **Actions conjointes CRTA**

En 2018, des actions de promotion déployées par la CRTA (proposées aux acteurs touristiques de Nouvelle Aquitaine) ont été intégrées au plan media de La Cité du Vin, nous permettant d'être présent en affichage dans le métro parisien et sur le marché espagnol.

Affichage

Les actions d'affichage ont continué dans la lignée de celles initiées en 2017, avec un focus sur le public de proximité et les points de contacts avec les touristes : gare et aéroport de Bordeaux, hébergements et zone littorale. Selon les campagnes, le déploiement a été réalisé en département de la Gironde avec suppression en centre-ville de Bordeaux et sa métropole.

- **Affichage Longue Conservation La Cité du Vin**

Aéroport de Bordeaux :

15 faces / 1 semaine par mois de janvier à juillet (principe reconduit de 2017), qui ont ensuite été remplacées par une lightbox (affichage lumineux) permanente dans le Hall A, près des tapis à bagages. Toile au terminal Billy à partir de mars.

Gare Saint Jean :

Ecran digital à l'année en sortie au RDC : vidéo de 10s (vs. seulement avril à septembre en 2017)

Bordeaux – Mobilier urbain :

4 Faces sur les quais, et 10 sur le réseau de tram, via la Métropole

Dalle Ellipse (nouveau 2018) :

Ecran digital à l'office du tourisme de St Emilion toute l'année, puis à partir d'octobre, présence également à Lascaux IV, au Box Office de Bordeaux et dans 2 Carrefour Market, en échange de l'accueil d'une dalle dans le hall de La Cité du Vin.

Arcachon :

4 faces en centre-ville et au Moulleau (d'avril à fin septembre)

- **Campagne Exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* » 23 mars au 24 juin 2018**

Comme pour l'exposition « *Bistrot !* » en 2017 :

Mise à disposition par la Ville de Bordeaux et Bordeaux Métropole d'un réseau d'affichage de 2m² et 8m², des kakémonos (mats drapeaux), et des Cubes Place des Quinconces, covering tram.

Partenariat Keolis/TBM :

Affichettes dans les bus, infos défilantes aux stations de tram, jeux pour les abonnés TBM sur les réseaux sociaux et pour les agents TBM.

Achats d'espace :

Réseau à Bordeaux et dans les gares de Gironde.

Affichage en vitrine :

Deux vagues en mars et mai sur 300 points sur Bordeaux et Bordeaux Métropole, et une diffusion de cartes de communication sur 3 vagues en mars, avril et mai.

- **Campagne Citybreak, nouveau 2018**

Achats d'espace

Toulouse : dans les gares, sur le réseau de bus et le mobilier urbain.

Campagne avec le CRT-NA

Madrid sur avril : habillage complet de 2 lignes de bus + quais dans le métro.

Paris du 3 au 18 avril : campagne sur les quais et dans les couloirs du métro.

- **Campagne estivale**

En partenariat (nouveau 2018 pour cette période) :

Affichage en 2m² sur Bordeaux et Bordeaux Métropole, Covering tram B, Pavoisement de la Ville avec 80 kakémonos et des Cubes signalétique Place des Quinconces.

Achats d'espace :

850 faces de 2m² et 4m² sur les réseaux en maillage sur le département de la Gironde (Bordeaux, Bordeaux Métropole, le bassin d'Arcachon, le littoral atlantique, les zones touristiques blayais, Saint Emilion et routes viticoles), et la Dordogne.

Campagne avec le CRT-NA (nouveau 2018) :

Paris du 11 au 26 juin, puis du 18 septembre au 1^{er} octobre : sur les quais et dans les couloirs du métro.

- **Campagne saisonnière Toussaint (nouveau 2018)**

Achats d'espace :

Affichage de 2m² sur le réseau de Bordeaux et de Bordeaux Métropole et à l'arrière des bus.

- **Campagne saisonnière Noël**

Achats d'espace :

Réseau mobilier urbain de Bordeaux Métropole, Parkings à Bordeaux, et arrières de bus.

Radios

Moins de spots qu'en 2017, le budget ayant été priorisé sur d'autres supports

- **Exposition « Le Vin & la Musique, accords et désaccords »**

En partenariat avec France Musique : délocalisation les 23 et 24 mars (nouveau 2018) et diffusion nationale : 20 spots de 20s.

En partenariat avec France Bleu Gironde : 15 spots de 20s.

- **Campagne Citybreak (du 2 au 4 mai et du 16 au 19 mai)**

NRJ Biarritz + Nostalgie Toulouse/La Rochelle : 108 spots de 20s.

France Bleu : couverture sur les départements 64/31/47/17 : 135 spots de 20s.

- **Saison culturelle**

Sponsoring d'1 mois de la rubrique Agenda RFM + 21 spots de 20s.

- **Campagne Toussaint**

Grand jeu RTL2 Gironde : en couplage avec le restaurant le 7 (semaine 46)

Insertions

- **Magazines tourisme et guides touristiques**

Nouveautés 2018, à l'exception du Petit Futé déjà présent en 2017 :

- Petit Futé Gironde 2018 - *via échange*
- Petit Futé Bordeaux 2018 - *via échange*
- Logis de France 2018
- Gites de France 2018
- Sortez le guide 2018/2019 - *partenariat*
- France Today 1er semestre 2018
- Guides des séminaires 2019 – *partenariat*
- So Bassin et Rive droite de *mai à juillet*
- Supplément CRTA Espagne - mars 2018 - Journaux quotidiens *El Correo Español, El Heraldo de Aragón, El Mundo El Periódico de Catalunya*

- **Magazines des Transporteurs**
 - Air France mag – *via partenariat*
 - Magazine Brittany ferries – mai à octobre : édition printemps et été (nouveau en 2018)
 - Easyjet Traveller – édition septembre
 - Iberia Express – Volotea : Publicité embarquée à bord des vols à destination de Bordeaux sur les compagnies partenaires PX COM + page La Cité du Vin dans la destination Bordeaux – du 1 mai au 30 octobre (nouveau en 2018)

- **Campagne Exposition Musique**
 - Via le partenariat
 - National : Le Figaro : quotidien et magazine / Terres de vin
 - Régional : Sortir à Bordeaux et affichage colonne Morris
 - Via l'achats d'espace
 - National : Beaux Arts / Connaissance des arts / Le Journal des Arts (bimensuel) / L'Oeil
 - Régional : Junkpage

- **Campagne Toussaint**
 - Via le partenariat :
 - Insertions magazine Sud-Ouest / Bordeaux *les sorties* de novembre, et opérations de marketing direct : e-mailing promotionnel auprès de 22000 contacts (Gironde, Toulouse et agglomérations de Nouvelle-Aquitaine)

- **Campagne Noël**
 - Via le partenariat :
 - National : Journal Le Figaro, Terres de vin
 - Régional : Bordeaux les Sorties, magazine Sud-Ouest Aquitaine, Bordeaux Magazine

Supports de communication print et diffusion

Comme en 2017 :

- Plus de 170 000 dépliants touristiques bilingue FR/GB diffusés sur près de 700 points en Gironde, Dordogne, Charente-Maritime, Pyrénées-Atlantiques et Lot-et-Garonne (Offices de tourisme, hébergements, etc.) via réseau Totem Atlantique, et 10000 flyers espagnols via l'OT de Bordeaux
- Nouveauté 2018 : identification de réseaux propres à La Cité du Vin pour diffusion : conciergeries AirBnB (200 appartements), VTC, loueurs de voitures, taxis...
- 185 000 programmes culturels écoulés sur deux saisons (janvier-juin et septembre-décembre) : 50 000 ex. sur Bordeaux Métropole (400 points), 90 000 ex. encartés avec le mag Sud-Ouest, plus de 5 000 ex. envoyés par publipostage aux abonnés, mécènes, presse, partenaires, et le restant in situ et sur demande
- 180 000 plans de visite distribués in situ (vs 250 000 en 2017)
- 35 000 cartes d'hôtels diffusées sur le réseau ADVB (hôtels 3 et 4*) en Aquitaine
- 25 000 cartes postales (143 points sur Bordeaux Métropole) : exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* »
- Flyers promotionnels avec une offre de - 10% diffusés lors d'opérations spéciales (Nuits des musées, ...) ou via le partenariat (Marathon du Médoc, Vendanges du 7^{ème} art...)

- Du matériel dédié à l'évènementiel a été commandé afin d'habiller les vernissages, les soirées des abonnés ou les évènements RP, tels que des fonds de scène et roll-up
- **Promotion des événements et ateliers de la programmation culturelle et supports print liés**

Deux saisons culturelles, janvier-juin et septembre-décembre, rythment La Cité du Vin. Pour chacune d'elles et pour certains des événements, des dispositifs de communication alliant affichage vitrine et diffusion de flyers promotionnels sur la métropole bordelaise ont été déployés (ex : Week end Terroir et Week end Théma, Ciné Gourmand, ...).

Des jeux radio avec des relais antenne, via des dotations de billets, ont également été mis en place de façon régulière avec les radios au niveau local pour les événements et pour les ateliers.

- **Supports de médiation**

Pour chacune des expositions de printemps et d'automne, des documents de salle multilingues (FR/GB pour « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* » et FR/GB/Portugais pour « *Porto* ») ont été produits pour compléter l'expérience proposée aux visiteurs. Un livret Junior a également été conçu pour le jeune public dans le cadre de l'exposition *Musique*.

Des programmes pour les Ciné Gourmand et des livrets pour certains ateliers ont également été produits.

Nouveauté en 2018, les parcours thématiques : 4 dépliants bilingues FR/GB reprenant les 4 parcours thématiques conçus pour le Parcours permanent ont été édités et sont disponibles en libre-service in situ.

- **BtoB**

Des supports et outils de communication institutionnels et BtoB (brochures, roll-up) ont également été développés pour soutenir les actions et objectifs de communication de chacune des directions du mécénat (prospection des expositions et des saisons culturelles) et de l'accueil et des ventes (offres de privatisation et prospection pour les groupes).

La communication in situ

- **L'affichage**

Les événements de la programmation culturelle ont été relayés dans de nombreux points de La Cité du Vin : écran numérique devant l'entrée, potelets qui jalonnent la file d'attente avant les caisses, affichettes dans les ascenseurs...

En complément, les expositions temporaires ont été mises en avant via une bâche extérieure et sur des vitrophanies aux portes d'entrée de La Cité du Vin et de la salle d'exposition.

- **Les supports print**

Le livret de programmation culturelle, le plan de La Cité du Vin (revu en 2018, notamment avec des abonnés de La Cité du Vin), l'offre d'abonnement et la documentation concernant le mécénat de la Fondation ont été proposés à l'accueil billetterie et dans les salles de réunions accueillant des privatisations.

En complément, le livret de programmation culturelle et les cartes postales de l'exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* » ont été relayés par les restaurateurs (Le 7, Latitude20).

- **Le parvis de La Cité du Vin : la colonne Morris**

En partenariat avec Decaux, une colonne Morris mise en place depuis septembre 2017, a permis de relayer la programmation culturelle mensuelle, les ateliers et les nouveautés jusqu'en septembre 2018, date de fin du partenariat.

- **La signalétique dynamique**

La signalétique dynamique dans l'enceinte de La Cité du Vin a permis de mettre en avant la programmation culturelle et les ateliers.

Elle a également été utilisée pour relayer les événements institutionnels ou ceux des clients des privatisations.

Des améliorations ont par ailleurs été apportées à la signalétique directionnelle, pour mieux orienter les visiteurs au sein de La Cité du Vin.

La communication digitale

- **Les chiffres clés**

- 640 008 visiteurs uniques sur le site de La Cité du Vin, vs 585 645 en 2017
- 1 753 visiteurs uniques par jour en moyenne vs 1 604 en 2017
- 2,7 millions de pages vues vs 2,9 millions en 2017
- Durée moyenne de visite : 2m28s vs 2m55s en 2017
- 57 004 abonnés Facebook, vs 44 154 fin 2017
- 19 146 abonnés Instagram, vs 14 175 fin 2017
- 10 094 abonnés sur Twitter, vs 8 752 fin 2017
- 4 212 abonnés LinkedIn, vs 2 000 fin 2017
- 92 campagnes d'emailing envoyées vs 141 en 2017
- 33 campagnes sponsorisées Facebook vs 22 en 2017
- 18 campagnes Google Adwords, vs 3 en 2017
- 12 346 avis laissés sur La Cité du Vin vs 6 324 à fin 2017

En 2018, le pôle marketing digital a accompagné l'ensemble des services et servi la promotion de l'intégralité de l'offre de La Cité du Vin (B2C comme B2B) sur les plateformes et canaux en ligne, tout en continuant à construire sa marque « corporate », notamment via une présence renforcée sur LinkedIn.

Son équipe est montée en compétences, en affinant les ciblage et en favorisant la conversion, ainsi qu'en déployant des outils de mesure plus performants.

La page d'accueil du site web a été refondue en décembre 2018. Le site de La Cité du Vin (et son sous-domaine dédié à la Fondation) ont été les points d'ancrage des différentes actions de communication et publicité menées sur tous les canaux.

- **Acquisition et notoriété**

Les réseaux sociaux ont été utilisés pour attirer de nouveaux visiteurs potentiels, grâce notamment aux vidéos de drone du bâtiment, sponsorisées sur Facebook, mais aussi aux nombreuses actualités postées sur les expositions temporaires, les ateliers et la programmation culturelle.

Les campagnes Google Ads ont permis de faire croître le chiffre d'affaires en e-billetterie notamment auprès de clientèles françaises, anglaises et espagnoles.

Un partenariat avec Oui SNCF a permis de renforcer la visibilité et l'attractivité de la destination Bordeaux auprès des utilisateurs des services du 1^{er} e-commerçant français, et de développer la notoriété de La Cité du Vin auprès d'une cible affinitaire.

En 2018, La Cité du Vin a également été visible des utilisateurs des applications Météo France et Waze grâce à des opérations géolocalisées visant à capter les visiteurs potentiels à Bordeaux (Bordelais et touristes).

- **Fidélisation**

Les campagnes d'emailing ont notamment servi la fidélisation des abonnés à La Cité du Vin, avec par exemple la possibilité de réserver en avant-première des événements forts de la programmation culturelle, avec une très bonne conversion auprès de cette cible.

- **Des outils au service des temps forts de La Cité du Vin**

Les outils digitaux ont servi la promotion de l'exposition temporaire « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* », avec notamment la production d'un teaser vidéo diffusé sur les réseaux sociaux et sur le réseau Figaro.

Tout au long de l'année, des jeux concours ont été organisés sur les plateformes de La Cité du Vin et celles de partenaires et influenceurs pour promouvoir les événements de la programmation culturelle et les ateliers.

En amont des fêtes de fin d'année, la Carte cadeau et La Boutique ont été mises en avant sur les différents canaux : réseaux sociaux, auprès des influenceurs locaux, et moteurs de recherche.

Les relations presse

Les relations presse de La Cité du Vin, ont concerné principalement les journalistes tourisme, culture et lifestyle des médias régionaux, nationaux et internationaux, ainsi que la presse vin.

En complément de l'accueil de journalistes sur site, des actions presse ont également été menées à l'international, en lien avec les partenaires institutionnels de la Fondation :

- 16 janvier: petit-déjeuner de presse à Madrid
 - 24-26 janvier: Médiatour en Italie (Turin, Bologne et Rome)
 - 5-7 septembre: Eat Brussels Drink Bordeaux à Bruxelles
 - 6 décembre: remise du Prix européen Itervitis à Bruxelles
 - 12 décembre: rencontres presse à Londres avec le CRTNA
- **Les chiffres clés**
 - 33 communiqués de presse diffusés (vs 30 en 2017)
 - 804 journalistes accueillis de 48 nationalités différentes, en visite spontanée ou programmée (vs 1023 de 44 nationalités en 2017)
 - Top 5 des nationalités des journalistes reçus :
 - France
 - Allemagne
 - Espagne

- Italie
- Etats-Unis (qui rentrent cette année dans le Top 5)
 - 1 350 retombées presse (soit 345 de plus qu'en 2017), dont 66% en France et 34% à l'étranger, soit un équivalent publicitaire brut de 7.6 millions d'euros (+ 600 000€ vs 2017)
 - 160 millions de contacts touchés (vs 75 millions en 2017)

- **Le point de vue des médias**

« *La Cité du Vin de Bordeaux signe un excellent millésime un an et demi après son ouverture, avec plus de 450 000 visiteurs. Un site proposant la plus grande cave du monde.* »

M6, février 2018 – Emission du 12.45

« *Simply as a cultural center, the City of Wine succeeds brilliantly in many ways. As a symbol, the curvaceous, contemporary building designed by XTU, a Parisian architecture firm, swirls up from the riverside not unlike the Guggenheim Museum flowing upward on staid Fifth Avenue. As a statement, it says that hidebound, conservative Bordeaux is no more.* » NEW YORK TIMES, février 2018 – A Museum Bridges the Divide Between Two Bordeaux

« *Cette exposition joyeuse, où se multiplient banquets, fêtes populaires et tables galantes, se double d'un parcours sonore pour mettre tous les sens en éveil. Pour sa deuxième exposition artistique, La Cité du Vin révèle la richesse des liens entre la musique et l'alcool, l'amour et la sensualité, l'ivresse et la fête. A découvrir un verre à la main : Le Vin et la Musique, Accords & Désaccords* »

BEAUX-ARTS MAGAZINE BORDEAUX, mai 2018 – Le vin & La Musique, accords & Désaccords

« *Exploring the city of Bordeaux is a treat within itself. Hop on an electric bike and make your way to La Cité du Vin, a wine museum that will give you an in-depth sense of Bordeaux's wine culture and history. To experience all it has to offer, carve out a couple hours at the bare minimum. Plus, each ticket boasts a wine tasting at Belvedere rooftop bar where a 360-degree view exists alongside unique wines from all over the world.* »

VOGUE US, mai 2018 – Why Boating Around Bordeaux Should be on your bucket list

« *La Cité du Vin de Bordeaux a passé mercredi le cap du million de visiteurs depuis son ouverture en juin 2016 a annoncé mardi l'exploitant de ce site culturel et touristique. Au total, pas moins de 176 nationalités sont venues découvrir les cultures et les civilisations du vin : 70% de français et 30% d'étrangers, dont le nombre ne cesse de croître.* »

LE FIGARO, août 2018 – Bordeaux : La Cité du Vin passe le cap du million de visiteurs

Les relations publiques

- **Les événements**

Les événements forts de l'année 2018 ont été porteurs d'image et ont généré de nombreuses retombées médiatiques :

- La présentation des saisons culturelles aux journalistes et aux abonnés, en janvier et en septembre
- Le vernissage de l'exposition « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* »
- La journée portes ouvertes pour les partenaires institutionnels à l'occasion des 2 ans de La Cité du Vin
- Le vernissage de l'exposition Les Belles Gueules de Bordeaux
- L'événement autour de l'Hermione

- Le millionième visiteur ayant franchi les portes de La Cité du Vin le 29 août
- Le vernissage de l'exposition vignoble invité « *Douro, l'air de la terre au bord des eaux* »
- Les lancements des deux saisons culturelles, en janvier puis en septembre
- La diffusion en avant-première d'un documentaire France 3, pour les abonnés et des invités France 3
- L'accueil du lancement officiel de la Fédération des destinations labellisées Vignobles & Découvertes avec Hervé Novelli
- Les communiqués mensuels annonçant la programmation culturelle
- Les invitations envoyées à la presse pour chaque événement culturel

- **Les accueils VIP**

Environ 50 accueils de VIP et de délégations ont également été conduits, augmentant le rayonnement international de La Cité du Vin, dont notamment :

- Séminaire Entrepreneurs parisiens et la CCI de Bordeaux avec Sylvie Cazes et Alain Juppé
- Visite Universitaires et hommes d'affaires région de Nigita (Japon)
- Visite Pierre Arditi
- Visite Monsieur Didier Lallement, Préfet de la Gironde
- Visite délégation Coréenne domaine viticole Philippe de Rothschild
- Visite ministre Argentine pour signature vignoble invité 2019
- Délégation à l'occasion du 25e anniversaire du jumelage Bordeaux Riga et ouverture liaison aérienne
- Visite Laurent Fabius
- Visite délégation Liverpool 15 personnes – Bordeaux Fête le Vin
- Visite officielle de Carrie LAM, chef du gouvernement Hong Kong + 8 personnes
- Visite délégation Fangshan (Chine)
- Visite Mr Stéphane Travert, Ministre de l'agriculture et de l'alimentation
- Visite Lucianna Sola (Nacional de Promoción Turística INPROTUR Paris) et Madame Grossi (directrice Nacional de Promoción Turística INPROTUR Argentine), suite à la signature pour l'exposition Argentine au salon IFTM Top Résa à Paris
- Visite VIP - M. Armand Roland et M. Pierre Béouindé, Maire de Ouagadougou (Burkina Faso), accompagné de sa délégation et d'Alain Juppé
- Wine's Forum 2018 avec Stéphane Toutoundji, œnologue et cofondateur d'Oenoteam ; Jérémy Cukierman, directeur de la Wine&Spirits Academy de Kedge Business School ; Fabrice Bernard PDG de Millesima
- Signature du partenariat avec Mr. Yusif Abdullayev, en présence de l'Ambassadeur d'Azerbaïdjan en France Rahman Mustafayev et la délégation officielle d'Azerbaïdjan et Alain Juppé

- **Les relations extérieures et internationales**

La Fondation est membre de nombreux réseaux, au niveau local, régional et national, et entretient d'étroites relations avec ses partenaires institutionnels.

Les réseaux à Bordeaux et dans la région :

- CRTNA, Gironde Tourisme, OT et Bordeaux Convention Bureau
- CIVB, avec lequel est notamment développée la présence de La Cité du Vin sur Bordeaux Fête le Vin à travers le monde
- Club des entreprises de Bordeaux
- Réseau des équipements culturels à Bordeaux (DGAC)
- Cap Sciences
- APACOM

- Need Wine/ workshop œnotourisme
- Destinations Vignobles

Les réseaux en France :

- Cluster œnotourisme d'Atout France
- Assises nationales de l'œnotourisme avec Jean-Baptiste Lemoyne, Secrétaire d'État auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères

Les partenariats

En 2018, les relations tissées avec les partenaires officiels historiques de La Cité du Vin (Air France, Gant, Chef & Sommeliers, Kedge BS et France 3 Nouvelle Aquitaine) se poursuivent.

• Les partenaires média :

Ils sont toujours importants pour assurer la promotion de La Cité du Vin :

- Pour la presse écrite Sud-Ouest/Terre de Vins, et pour la radio France Bleu Gironde
- Les partenaires média de l'exposition temporaire « *Le Vin & la Musique* » : Le Figaro renouvelle sa confiance et France Musique a garanti un partenariat fort avec une délocalisation des émissions dans l'auditorium de La Cité du Vin durant deux jours.
- Le partenaire média de l'exposition temporaire vignoble invité Porto « *Douro, l'air de la terre au bord des eaux* » : NoA, la web-TV de France 3 Nouvelle Aquitaine a diffusé en direct le concert « Sons do Douro » du 14/12 avec plusieurs rediffusions

• Les autres partenaires :

Abatilles a mis à la disposition de La Cité du Vin des bouteilles d'eau au Belvédère et pour tous nos événements, et la bouteille collector aux couleurs de La Cité du Vin a été commercialisée dans les restaurants de La Cité du Vin et un lot vendu en grande distribution. Les Jus de Marmande ont apporté des jus de raisin, pomme et pruneau du sud-ouest.

Nous avons aussi noué un partenariat avec l'association Agir contre le cancer qui nous permet de recycler les bouchons jetés à La Cité du Vin et de les valoriser par une action solidaire en faveur de la recherche contre le cancer à l'Institut Bergonié.

• Les partenaires ponctuels :

- Le Marathon de Bordeaux, les Vendanges du 7^{ème} Art, le Marathon du Médoc
- Le journal économique la Tribune a renouvelé l'organisation à La Cité du Vin du Tribune Wine's Forum en échange d'une visibilité dans sa newsletter

• Les partenaires vins :

48 régions ou pays viticoles en 2018 : Inter-Rhône et l'Azerbaïdjan ont rejoint le nombre des partenaires vins qui apportent en dotation une sélection de vins « ambassadeurs » qui sont présentés à la dégustation en fin de visite, dans les ateliers et événements culturels :

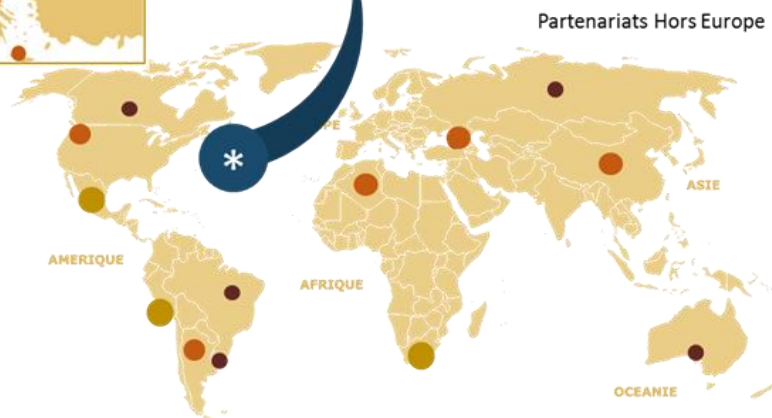
- ✓ 11 partenaires « Or »
- ✓ 16 partenaires « Ambre »
- ✓ 21 partenaires « Carmin »

Partenariats européens



48 régions viticoles du partenaires

- Or
- Ambre
- Carmin



Depuis l'ouverture, 2 124 producteurs dans le monde entier ont apporté leurs vins à La Cité du Vin dans le cadre des partenariats avec les régions et pays viticoles.

LE MECENAT

Une très belle année 2018 pour le mécénat de la Fondation avec le soutien de 29 entreprises, 16 donateurs particuliers et 327 convives lors du Dîner de gala.

10 mécènes ont souhaité soutenir la grande exposition artistique du printemps « *Le Vin & la Musique, accords et désaccords* », 6 entreprises ont participé au financement de l'exposition du Vignoble Invité *Porto* et 10 mécènes ont apporté leur soutien à la programmation des deux saisons culturelles 2018 (soutien d'un cycle ou soutien général). Par ailleurs, 3 entreprises ont apporté leur soutien à travers du mécénat en nature et de compétence à l'occasion du Dîner de gala.

Tout au long de l'année, les différents mécènes ont eu la chance de participer à la vie culturelle et événementielle de La Cité du Vin :

- 32 mécènes (Millésimes et Bâtisseurs) ont organisé un événement à La Cité du Vin
- 67 mécènes (Millésimes et Bâtisseurs) ont visité ou fait visiter La Cité du Vin à leurs collaborateurs, clients et/ou amis, avec près de 8 063 billets édités à leur demande

Les Mécènes Bâtisseurs et Millésimes ont également participé à des événements privés de La Cité du Vin. Ils ont été nombreux à être présents aux vernissages des deux expositions de l'année.

À l'occasion de Bordeaux Fête le Vin en juin, un événement prestigieux a été organisé, auquel tous les mécènes étaient conviés : une visite exclusive de l'Hermione suivi d'un cocktail dînatoire à la Brasserie de Latitude20.

Le Dîner de gala, au profit de la Fondation, s'est tenu le 18 janvier 2018 au cœur de la salle d'exposition de La Cité du Vin. Cet événement de levée de fonds a réuni 327 convives de 50 entreprises, dont 25 entreprises mécènes.

La Fondation jumelle américaine, *l'American Friends of La Cité du Vin* a continué sa levée de fonds pour le soutien des actions de La Cité du Vin. La campagne de financement de l'Auditorium Thomas Jefferson s'est poursuivie en 2018 à travers l'acquisition de sièges par de nouveaux donateurs.

Si, en 2017, le total des mécènes ayant soutenu les deux expositions temporaires était de 8, ils sont, en 2018, au nombre de 16 : 10 mécènes ont souhaité soutenir la grande exposition artistique du printemps « *Vin & Musique, accords et désaccords* » et 6 entreprises ont participé au financement de l'exposition du Vignoble Invité : *Porto*.

LES ACTIONS COMMERCIALES

Réorganisation du service commercial

L'année 2018 est marquée par la réorganisation du service commercial et la mutualisation des compétences entre les équipes dédiées à la commercialisation auprès de la clientèle affaires et celles dédiées à la vente auprès de la clientèle loisirs. Un pôle commercial unique est créé afin d'assurer la promotion de La Cité du Vin auprès de l'ensemble de la clientèle intermédiaire.

Les supports de promotion

Les plaquettes commerciales sont rééditées.

La refonte de la home page du site Internet permet un accès direct aux espaces professionnels.

La clientèle loisirs

Sur la cible loisirs, les clientèles professionnelles se répartissent en 3 typologies :

- La clientèle de destination internationale (croisiéristes, agences de voyages / Tours opérateurs, Online Travel Agency => 56%)
- La clientèle de destination nationale (revendeurs auprès des comités d'entreprise, autocaristes => 16%)
- La clientèle de proximité (hébergeurs, CE & assimilés => 28%)

Les actions menées auprès de la clientèle de destination internationale sont effectuées en collaboration avec l'Office de Tourisme de Bordeaux ou le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine car elles mettent en valeur le territoire de Bordeaux dont La Cité du Vin fait partie. Les marchés prioritaires pour l'année 2018 sont le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne, les USA et l'Australie.

Les équipes de La Cité du Vin participent à de nombreuses opérations afin de promouvoir l'offre sur les marchés domestique et étrangers :

- Workshop Rendez-vous en France (du 27 au 28 mars à Paris) : 800 professionnels du tourisme étrangers commercialisant la France
- Démarchage Bordeaux pendant Vinexpo - 4 villes New-York, Long Island, White Plains et Boston (du 5 au 8 mars 2018 à New-York) : 150 professionnels du tourisme américain, vendeurs de la destination France et de ses régions
- Workshop France, Bordeaux invité d'honneur (du 3 au 5 septembre 2018 en Australie) : déjeuner TO«Bordeaux» à Sydney, soirée «Bordeaux» à Melbourne,
- Destination Vignobles (du 16 et 17 octobre 2018) : workshop oenotouristique, rassemblant 160 acheteurs internationaux
- Salon WTM (du 5 au 7 novembre à Londres) : + de 40 000 professionnels du tourisme étrangers
- Rencontres BtoB, le 12 décembre 2018 à Londres

Dans la continuité des actions entreprises en 2017, des éductours sont organisés pour permettre aux professionnels du tourisme de découvrir l'offre de La Cité du Vin. La négociation de partenariats avec les croisiéristes maritimes et fluviaux s'est poursuivie et le nombre de visiteurs sur cette cible de clientèle atteint 8 318 en 2018 (contre 7 858 en 2017).

Les actions menées auprès de la clientèle de destination nationale sont les suivantes :

- Eductour organisé en partenariat avec l'ANCV pour l'accueil de leurs clients Grands Comptes
- Maintien des partenariats avec les principaux revendeurs auprès des comités d'entreprise : Club Inter Entreprises, Kalidéa, CGOS, Comitéo, Proweb/Meyclub, ReducCE et PromoParcs
- Achat d'espace dans les supports de promotion proposés par Meyclub
- Phoning auprès des autocaristes

Les actions entreprises pour conquérir ou fidéliser la clientèle de proximité sont les suivantes :

- Journées portes ouvertes organisées pour les responsables CE en janvier 2018 et mai 2018
- Salon CE Bordeaux, en mars et octobre 2018
- Accès au portail BtoB pour les hébergeurs permettant l'accès et la commercialisation sur l'ensemble de nos produits (visites, ateliers, expositions)
- A l'occasion des 2 ans de La Cité du Vin, invitation des directeurs et des personnels des principaux Offices de Tourisme proches de Bordeaux

La clientèle affaires

La métropole bordelaise confirme sa progression et affirme son statut de destination incontournable pour le tourisme d'affaires. De nombreuses actions de promotion sont menées, notamment en partenariat avec le Bordeaux Convention Bureau :

- Salon Museva, 1^{ère} édition à Paris, du 23 au 25 janvier 2018
- So événement, à Bordeaux, les 22 et 23 mars
- IMEX, à Francfort
- Les Rencontres bordelaises, rendez-vous commerciaux à Paris, du 4 au 7 décembre 2018

L'ACTIVITE DES SERVICES SUPPORT

La gestion des vins partenaires

La Fondation gère le stock offert par les partenaires de la Fondation (vins, jus de fruits, eau minérale). 33 825 bouteilles ont été réceptionnées en 2018, les livraisons ont été ajustées par rapport aux besoins estimés pour éviter un surstockage.

Au 31 décembre 2018, le stock s'élevait à près de 34 000 bouteilles dont un quart stocké à La Cité du Vin et trois quarts chez un agent logistique spécialisé.

Les vins sont utilisés principalement au Belvédère (près de 4 bouteilles sur 5), mais aussi dans les ateliers et lors des événements culturels ou des réceptions organisées par la Fondation. L'affectation des vins, le contrôle de leur qualité, les conditions de leur stockage et les réassorts sont effectués par les sommelières de la Fondation.

Le numérique

Le numérique reste au cœur de l'offre de La Cité du Vin. S'il représente un atout dans la médiation culturelle proposée par la Fondation, il constitue un domaine exigeant en termes de maintenance et représente parfois un défi dans son acceptation par une partie du visitorat de La Cité du Vin. Il est également, par nature, assimilé à l'innovation technologique et nécessite donc d'évoluer en permanence pour conserver son intérêt et susciter la surprise des visiteurs. Ces considérations ont guidé les actions des équipes de la DNSI tout au long de l'année 2018 et orienteront celles des années suivantes.

- **Maintenance des équipements numériques**

La maintenance des équipements numériques de La Cité du Vin, et plus particulièrement du Parcours permanent, est au cœur de l'activité des équipes numériques et informatiques de la Fondation.

En 2018 ont été mis en œuvre des programmes de maintenance planifiés, pour la plupart nocturnes, afin de garantir une disponibilité totale des équipements au profit des visiteurs et clients de La Cité du Vin.

Une opération majeure de maintenance des vidéoprojecteurs (au nombre d'une soixantaine) a été réalisée par l'équipe numérique après un cursus de formation certifiante auprès du constructeur.

Cette opération a consisté à remplacer les roues chromatiques des vidéoprojecteurs en procédant à un démontage/remontage/réglage complet de ces derniers.

Il s'agit d'une action dans la continuité du choix de la Fondation d'internaliser les maintenances au maximum afin d'en maîtriser les délais de réalisation et d'en optimiser les coûts.

Tout au long de l'année, une importante opération de sécurisation du Parcours permanent a été menée par l'équipe informatique en clonant l'ensemble des disques durs des serveurs vidéo du Parcours permanent. Outre l'aspect sécurité de cette opération, son intérêt réside également dans la capacité à remettre en condition opérationnelle tout serveur vidéo en panne et donc de limiter la durée d'indisponibilité des équipements pour les visiteurs.

- **Evolutions des équipements**

En parallèle de ces activités de maintenance, plusieurs projets ont été conduits dans un objectif permanent d'amélioration de la satisfaction des visiteurs :

- Fin du remplacement de tous les écrans tactiles du Parcours permanent par un modèle « capacitif projeté » plus performant et plus sensible au toucher
- Fin des modifications ergonomiques des applicatifs multimédia
- Conception interne d'un équipement électromécanique d'optimisation de la diffusion olfactive de l'atelier polysensoriel
- Déploiement d'une nouvelle version de l'application du compagnon de voyage, plus stable (taux de dysfonctionnement < 2%) et proposant de nouvelles fonctionnalités dont les principales :
 - Amélioration de l'ergonomie générale des écrans
 - Création interne et ajouts de vidéos d'aide
 - Création interne d'une nouvelle vidéo d'accueil
 - Nouveau plan du Parcours permanent
 - Mise en conformité RGPD
- Nouveaux tags de commentaire d'introduction dans chaque salle de l'espace « Galerie des civilisations » du Parcours permanent

Par ailleurs, un travail d'analyse des comportements des visiteurs, au sein du Parcours permanent, a été engagé en partenariat avec la société Berger Levraut. L'objectif de ce travail est de recueillir et d'analyser les données de visite enregistrées anonymement sur les compagnons de voyage. A partir de ces résultats, il sera plus aisé d'appréhender ces comportements, d'identifier les dispositifs devant prioritairement évoluer et d'optimiser l'usage et les expériences du Parcours permanent, notamment au regard des périodes de fortes affluences. Ce travail de datamining est complémentaire des différentes autres analyses / enquêtes « terrain » engagées et s'inscrit dans la préparation du plan de développement pluriannuel.

- **Assistance interne à maîtrise d'ouvrage**

En s'appuyant sur son expertise technique, l'équipe numérique s'est positionnée en assistance interne à maîtrise d'ouvrage, notamment auprès de la direction de la Culture, dans la conception et la mise en œuvre des équipements numériques de scénographie des expositions temporaires (« *Vin & Musique* », « *accords et désaccords musique* », « *Douro* », « *Renversant* »). Elle a également joué ce rôle auprès de la direction du Mécénat dans la conception audiovisuelle du gala de la Fondation.

Les activités quotidiennes de l'équipe numérique ont à nouveau fait la part belle à l'exploitation des équipements audiovisuels, principalement dans l'auditorium (gestion du son, des lumières, de la diffusion de contenus, des captations vidéo multi-caméras et des montages post-production) dans le cadre des événements de la programmation culturelle ou des privatisations.

Les captations vidéo ainsi réalisées constituent une mémoire de la programmation culturelle et sont à ce titre un vecteur important dans la communication de La Cité du Vin grâce à leur libre consultation dans la médiathèque du site web de La Cité du Vin.

En complément de ces différentes activités, l'équipe numérique a pu à nouveau mettre à profit, en 2018, son expertise dans les domaines du son et de l'image pour les tournages en interne et le montage de l'ensemble des vidéos d'aide et d'accueil créées spécifiquement pour les compagnons de voyage.

Les systèmes d'information (SI)

- **Cybersécurité et sécurisation des infrastructures informatiques, de communications et des postes de travail**

En 2018, plus que jamais la cybersécurité reste un sujet majeur dans la gestion des systèmes d'information.

Plusieurs actions ont donc été menées pour renforcer la résistance et la résilience des systèmes d'information de la Fondation face aux menaces informatiques.

Parmi ces actions, un nouveau système antiviral a été déployé. Il est basé sur un algorithme d'intelligence artificielle capable de détecter, en plus des classiques signatures virales connues, tout comportement inhabituel des postes de travail et des serveurs et d'isoler la menace. Ce système contribue grandement à limiter les attaques non encore répertoriées.

En complément, une action de sensibilisation du personnel de la Fondation aux cybermenaces a été conduite grâce à une opération de « vrai-faux » phishing par messagerie électronique. Cette opération a permis de souligner des comportements vertueux et de mettre en relief certains comportements à risque.

Toujours dans le domaine de la sécurité informatique, une étude et une consultation ont été lancées en 2018 pour le renouvellement des équipements pare-feu. L'objectif de cette consultation est multiple : répondre à certains besoins des clients des privatisations, assurer une traçabilité des connexions internet, sécuriser les liens distants, stabiliser les VPN et maîtriser les flux chiffrés.

En mai 2018, la législation sur la protection des données personnelles a évolué et une nouvelle réglementation est entrée en vigueur : la RGPD. Un projet transverse de mise en conformité des systèmes d'information de la Fondation a donc été conduit pour s'assurer du respect de cette nouvelle réglementation. Un groupe de projet a été constitué incluant les membres des équipes concernées : informatique, marketing, accueil et ventes et administratif. Un inventaire complet des logiciels susceptibles d'intégrer des informations personnelles a été réalisé. Les fournisseurs de logiciels déportés ont été contactés pour s'assurer de leur conformité. Pour les logiciels intégrés, les équipes internes ont effectué une revue des mesures de sécurité et des accès. Des procédures de collectes d'informations ont été formalisées, des outils de gestion des consentements activés ainsi que des process de modification des données personnelles clarifiés. Tous les responsables de traitement ont été sensibilisés à la gestion et au maintien des règles afin de s'assurer de la conformité de la Fondation à la RGPD dans le temps.

En parallèle de ces actions, la sécurisation des systèmes d'information a été renforcée par le déploiement d'une cartographie des débits des liens réseaux internes et externes ainsi que par l'acquisition et l'exploitation d'un outil de supervision et d'analyse des bases de données applicatives.

- **Amélioration des communications indoor**

Le projet de couverture mobile indoor de La Cité du Vin a débuté, fin 2015, par une première étude et un premier chiffrage réalisés par l'opérateur historique Orange. Il avait été chiffré à près de 350 K€ pour une couverture globale de La Cité du Vin pour tous les opérateurs.

En 2017 a été relancée une nouvelle consultation auprès de plusieurs opérateurs d'infrastructures afin de mettre en concurrence l'opérateur historique. Suite à cette longue consultation, l'opérateur leader Orange a été retenu pour la mise en place, en 2018, d'une infrastructure indoor de couverture de téléphonie mobile dans la totalité du bâtiment de La Cité du Vin et pour tous les opérateurs.

L'ensemble du coût de mise en œuvre des infrastructures et de leur exploitation est pris en charge par les opérateurs (hors coûts marginaux d'énergie électrique nécessaires aux équipements de

terminaison : antennes et routeurs). Ces infrastructures ont été déployées et opérationnelles, pour l'opérateur Orange, fin 2018. L'ensemble des autres opérateurs devrait rejoindre Orange et être accessible au cours du 1^{er} semestre 2019.

- **Logiciels métiers**

Les efforts dans la communication digitale ont été poursuivis en 2018. Face à cela et à de multiples enjeux liés au périmètre des applicatifs de type web, le choix de pérenniser le contrat de professionnalisation (licence PRO), débuté fin 2017, a été acté. L'équipe DNSI s'est ainsi renforcée d'un poste de développeur web et multimédia.

Cette nouvelle compétence en développement web/multimédia et objets connectés a permis de créer une nouvelle application de gestion des salles de réunion et de privatisation.

Le travail de refonte de tous les échanges digitaux entre La Cité du Vin et ses visiteurs a été poursuivie : newsletter, billets électroniques, nouvelles pages web de présentation de l'offre de privatisation. Cette refonte s'est accompagnée d'une refonte graphique du site institutionnel et de certaines évolutions graphiques du site de billetterie en ligne.

Enfin, une nouvelle application dédiée à la prochaine exposition temporaire « *Renversant* » a été entièrement réalisée en interne. Cette application constitue un socle technique totalement réutilisable pour les prochaines expositions et/ou de nouvelles fonctionnalités.

Au cœur de cette communication digitale, une réflexion a été menée sur l'avenir de la solution de CRM, actuellement déployée auprès des équipes de la Fondation.

Cette réflexion s'est concrétisée par la préparation d'un projet de migration et d'évolutions fonctionnelles de cet outil. Ce projet sera conduit sur le 1^{er} semestre 2019. Il devrait permettre aux équipes commerciales BtoB d'exploiter pleinement l'outil et d'améliorer la gestion quotidienne de leur portefeuille client.

En parallèle, de nouvelles fonctionnalités de segmentation et de « marketing automation » devraient pouvoir être déployées de manière à renforcer la connaissance des visiteurs, leurs besoins et d'accentuer les actions de marketing direct.

La sûreté et la sécurité

La commission de sécurité a émis un avis favorable à l'ouverture de La Cité du Vin lors de sa tenue du 20 mai 2016. Elle a ainsi validé la sécurité du bâtiment et le dimensionnement des équipes en charge du bâtiment. En 2018, la société SECURITAS a employé 14 équivalents temps plein (comme en 2107).

Avec l'actualité de 2018, le dispositif VIGIPIRATE a été maintenu toute l'année.

Le nettoyage et la maintenance

La société de nettoyage SAMSIC a employé plus de 11 équivalents temps plein à La Cité du Vin en 2018 (comme en 2017). Les prestations ont été régulièrement réactualisées par rapport au cahier des charges pour tenir compte des comportements des matériaux et des visiteurs tout en restant dans l'enveloppe contractuelle initiale. Avec les équipes de la Fondation, un processus de contrôle qualité a été mis en place en 2018.

Le cahier des charges pour la maintenance multi technique a été respecté tout en s'adaptant au fonctionnement du bâtiment. Les équipes ont travaillé à optimiser les consommations de fluides (chauffage, climatisation, électricité, eau) et à améliorer les équipements.

Les travaux d'amélioration

La Fondation a poursuivi les travaux de rénovation des zones publiques pour maintenir le bâtiment dans un parfait état pour les visiteurs. Elle a également entrepris des travaux d'amélioration notamment en dotant La Cité du Vin d'une autonomie électrique en cas de coupure. Grâce à cette nouvelle configuration utilisant la capacité du groupe électrogène et un onduleur plus puissant, La Cité du Vin pourra maintenir son activité en cas de défaillance du réseau électrique évitant ainsi l'obligation d'évacuation des visiteurs.

Les équipes de la Fondation ont aussi accompagné les entreprises missionnées par la Ville de Bordeaux pour lever les dernières GPA et dysfonctionnements liés au chantier du bâtiment.

Les conseils administratifs et juridiques

En 2018, la Fondation a travaillé avec KPMG en tant qu'expert-comptable et Fidal pour l'ensemble des aspects juridiques.

Le commissaire aux comptes de la Fondation est le cabinet Deloitte.

LES MOYENS HUMAINS

La formation

En 2018, la Fondation a continué à faire gérer son compte quasi-exclusivement par l'AFDAS (Organisme paritaire de Formation). Des formations sont néanmoins toujours traitées directement par notre service comptable.

L'accent en 2018 a été mis sur les formations suivantes :

- Sécurité, formations réglementaires (STT, MAC SST, SSIAP, habilitation électrique, harnais, certification CACES)
- Sécurisation des activités (légal, réglementaire, maîtrise des risques, bureautique, RH, paie, gestion des temps et planification)
- Amélioration de l'accueil des visiteurs et clients de La Boutique (sensibilisation au Handicap, vente, merchandising)
- Amélioration de l'organisation de travail, le travail collaboratif (management, communication, efficacité professionnelle)

Pour rappel, la Fondation met un point d'honneur à la formation en interne à la sécurité pour l'ensemble des collaborateurs et sous-traitants.

Au cours de l'année 2018, 53 personnes ont été formées à la formation « Evacuation / Guide et Serre File » par le Responsable technique sécurité et sûreté de la Fondation.

Les recrutements

L'activité d'exploitation de La Cité du Vin présente une activité saisonnière, qui explique un écart d'effectif entre la haute saison (allant d'avril jusqu'au mois de novembre) et la basse saison (hiver).

En moyenne en 2018, la Fondation a employé 114 salariés (contre 109 en 2017). Il y a eu 47 entrées et 38 sorties.

Les salariés accueil/vente et médiation ont représenté environ 45% des effectifs de la Fondation sur l'ensemble de l'année 2018.

L'effectif maximal a été atteint entre juin, juillet et août, avec 122, 125 et 123 salariés. A fin décembre 2018, en basse saison : 113 personnes étaient salariées de la Fondation.

Les effectifs à l'accueil/vente et médiation n'ont pas été en augmentation. La Fondation a fait le choix de la stabilité après cette 3^{ème} saison et a assuré le remplacement de salariés sortants. Elle s'est assurée également de faire évoluer les organisations en interne pour accompagner la croissance.

Sur 113 personnes, 98 étaient en CDI et 15 en CDD.

Au 31 décembre 2018, 77 % des employés étaient des femmes et la moyenne d'âge s'élevait à 34 ans (contre 66% en 2017 avec une moyenne d'âge similaire).

Comme en 2016 et 2017, la Fondation a continué en 2018 à recruter des salariés dans le cadre du partenariat avec le Service public de l'emploi et de l'offre de service commune portée par la Maison de l'Emploi. Cette action avait notamment pour enjeu de favoriser la diversité et l'accès à l'emploi.

Sur le sujet spécifique du handicap, en fin d'année 2018, 3 salariés étaient reconnus travailleurs handicapés avec une moyenne sur l'année de 3.83. La Fondation a continué d'engager des actions importantes en matière de recrutement et d'intégration des personnes porteuses de handicap.

Par ailleurs, La Fondation a favorisé les évolutions de postes et promotions internes : en 2018, 9 promotions internes ont été réalisées (7 femmes et 2 hommes) avec la réorganisation de l'équipe Accueil / billetterie et le rapprochement des équipes privatisations et tourisme /loisirs, et 43 évolutions de salaire ont eu lieu dans le cadre des Négociations Annuelles Obligatoires 2018 avec une revalorisation des salaires du personnel accueil/vente et médiation.

Dans le cadre des NAO 2018, la Fondation et la Déléguée syndicale ont aussi fait le choix de mettre l'accent sur le pouvoir d'achat des salariés accueil/ventes et médiation avec l'augmentation des salaires (comme cité ci-dessus), et la mise en place de tickets restaurants. De plus, une prise en charge de deux jours de carence de maladie une fois par an pour tous les salariés justifiant d'un an d'ancienneté a été négociée.

En 2018, la Fondation a accueilli :

- 8 stagiaires observations (1 femme et 7 hommes)
- 19 stagiaires d'une durée de stage comprise entre 2 et 6 mois (dont 15 femmes et 4 hommes)
- 1 étudiant en contrat de professionnalisation (1 homme)
- 6 stagiaires VATEL pour aider au service du Belvédère

En 2018, du fait des personnes embauchées dans le cadre de contrats aidés (CUI-CAE, CUI-CIE, emplois d'avenir secteur marchand et non marchand) et de la nouvelle aide à l'embauche mise en place (aide à l'embauche PME), 66 448 € d'aides ont été obtenues jusqu'en novembre 2018. Des réductions de charges salariales et patronales se sont ajoutées également à ces subventions directes.

Dans une logique de transparence sur les recrutements, toutes les offres d'emploi ont été systématiquement diffusées en interne, sur le site internet de La Cité du Vin, auprès de Pôle Emploi et de la Maison de l'Emploi, sur les réseaux sociaux et sur quelques sites spécialisés pour certains postes.

Dans la mesure du possible, la Fondation s'est efforcée que chaque candidat reçoive une réponse (personnalisée ou standardisée). Par ailleurs, chaque candidat reçu en entretien a bénéficié d'une réponse par téléphone.

Après la troisième saison, il a été cohérent de constater un turn over naturel, notamment des collaborateurs liés à l'exploitation en contact direct et permanent avec le visiteur. L'attractivité est restée forte et le renouvellement des équipes s'est réalisé dans de bonnes conditions. L'image très positive de La Cité du Vin a constitué un attrait majeur pour la Fondation.

LES RESSOURCES FINANCIERES

La billetterie

La billetterie gère l'ensemble des activités culturelles non concurrentielles de la Fondation : le Parcours permanent, les expositions temporaires, les ateliers œnoculturels et les événements de la programmation culturelle. Ces activités ont représenté 69.5 % des ressources propres de la Fondation en 2018 contre 67% en 2017.

La Fondation dispose de six caisses sur place et de deux distributeurs automatiques. En parallèle, les équipes ont mis en place la possibilité d'achat de billets en ligne au travers du site Internet ou par téléphone. Des systèmes de facturation par bons de paiement auprès de partenaires croisiéristes ou revendeurs pour les comités d'entreprise ont également été mis en place.

Outre les espèces, la billetterie accepte les cartes Visa, Master card, Amex et les chèques vacances.

Dans le cadre de certains événements culturels, la Fondation a également mis en œuvre des billetteries jumelées avec ses partenaires culturels.

Les équipes ont déployé les moyens de contrôles nécessaires à la supervision de l'ensemble de ces flux ainsi que, pour les espèces et les chèques vacances, de leur acheminement physique auprès du transporteur de fonds Brinks.

Les ventes de billets et prestations ont été réalisées pour 85% en caisse sur site, 11% sur Internet et 4 % aux DAB (respectivement 85, 12 et 6 % en 2017).

Les ventes intermédiées

Les ventes intermédiées correspondent aux ventes réalisées en BtoB, notamment auprès des professionnels du tourisme ou des comités d'entreprises qui revendent la billetterie au client final.

En 2018, les ventes intermédiées ont représenté 16% de la fréquentation, contre 15% en 2017.

La Boutique

La Boutique de La Cité du Vin est gérée par la Fondation et contribue au développement de ses ressources propres.

- **Les chiffres clés**
 - Chiffre d'affaires HT : 905 427 € (942 354 € en 2017)
 - Panier moyen HT : 2.17 € (2.16 € en 2017)
 - Ticket moyen TTC : 19,92 € (20.17 € en 2017)

Le mécénat

29 entreprises mécènes, 16 donateurs particuliers et les 237 convives du Dîner de gala ont apporté 937 427 € de dons à la Fondation fléchés sur l'exercice 2018 (contre 940 585 € en 2017).

À ces dons en numéraire, s'ajoutent 67 573 € de dons en nature qui ont permis de réduire les charges de la Fondation.

Les privatisations

En 2018, le chiffre d'affaires généré par cette activité s'est élevé à 938 315 € incluant les locations d'espaces, les redevances annexes et les prestations annexes (contre 826 285 € en 2017).

Les privatisations ont également contribué au chiffre d'affaires de la billetterie à hauteur de 174 771 € et au chiffre d'affaires de La Boutique à hauteur de 3 966 € (respectivement 161 674€ et 6 221 € en 2017).

Près de 90% du chiffre d'affaires de location d'espaces a été réalisé avec le Belvédère, l'auditorium et les Salons Lafayette.

Les loyers des espaces marchands

Conformément aux conventions signées avec les restaurateurs, la Fondation a perçu des redevances d'occupation et une participation aux frais communs au prorata de l'utilisation des espaces.

Ces activités ont généré un chiffre d'affaires de 477 403 € incluant loyers, redevances et refacturation de frais (contre 545 051 € en 2017).

Les subventions directes

La Fondation a également bénéficié de subventions liées aux emplois aidés par les mesures gouvernementales dans le cadre de sa politique de recrutement ouverte sur la mixité sociale (66 448 € en 2018 contre 257 772 € en 2017).

LES RESULTATS FINANCIERS

L'exercice 2018 correspond à la première année d'exploitation pleine de La Cité du Vin. Les comptes font apparaître un excédent de 54 102 € et un total de bilan de 5 753 566 €.

Le compte de résultat

Le total des produits d'exploitation s'établit à 10 669 170 € contre 11 703 135 € en 2017. Les recettes se répartissent entre activités non concurrentielles qui représentent 78% des ressources propres de la Fondation et des activités concurrentielles, location d'espaces, revenus de la restauration et exploitation de La Boutique pour 22%.

		Produits d'exploitation	%	%
Activités non concurrentielles	Billetterie culturelle	7 417 469 €	69,5%	78%
	Mécénat	772 177 €	7,2%	
	Autres recettes	86 056 €	0,8%	
Activités concurrentielles	Boutique	905 427 €	8,5%	22%
	Privatisations	938 315 €	8,8%	
	Restauration et divers	549 726 €	5,2%	
TOTAL		10 669 170 €	100,0%	100%

Le total des charges d'exploitation s'établit à 10 769 700 €.

	2018	%
Marchandises	479 628 €	4%
Matières premières et autres approvisionnements	706 082 €	7%
Autres achats et charges externes	3 954 162 €	37%
Impôts, taxes et versements assimilés	349 261 €	3%
Salaires et traitements	3 685 744 €	34%
Charges sociales	1 294 100 €	12%
Dotations aux amortissements	187 380 €	2%
Provision pour risques et charges	50 302 €	0%
Autres charges	63 037 €	1%
TOTAL	10 769 700 €	100%

Après un résultat financier de 5 375 €, exceptionnel de - 5 497 €, un solde des engagements et ressources affectées de 165 250 € et un impôt sur les sociétés de - 10 495 €, le résultat de l'exercice s'établit à 54 102 € après impôts.

Les investissements

Au cours de l'exercice 2016, la Fondation a investi pour 126 412 € de biens et prestations immobilisés.

Au 31 décembre 2018, le montant des biens immobilisés s'élève à 590 296 € dont 30% de biens incorporels et 70% d'immobilisations corporelles.

Le bilan

Le total du bilan s'établit à 5 753 566 € contre 5 927 768 € au 31 décembre 2017. La comptabilisation du chiffre d'affaires de la billetterie se faisant au moment de la visite effective du public, la Fondation enregistre en produits constatés d'avance les billets commercialisés à l'avance.

ACTIF	En €	PASSIF	En €
Immobilisations incorporelles	178 361	Fonds propres et report à nouveau	3 001 225
Immobilisations corporelles	411 934	Résultat de l'exercice	54 102
Total I	590 296	Provisions et fonds dédiés	65 000
Stocks	194 144	Total I	3 120 327
Créances clients	636 811	Dettes fournisseurs et avances	1 106 610
Autres créances	243 815	Dettes fiscales et sociales	902 654
Disponibilités	3 920 171	Autres dettes	6 012
Charges constatées d'avance	168 328	Produits constatés d'avance	617 961
Total II	5 163 270	Total II	2 633 238
TOTAL DE L'ACTIF	5 753 566	TOTAL DU PASSIF	5 753 566

La trésorerie

Au 31 décembre 2018, les disponibilités s'élevaient à 3 920 171 €, dont 1 500 000 € correspondent à la dotation initiale, contre 4 254 406 € au 31 décembre 2017.

ANNEXES

Le conseil d'administration

Conformément à l'article 3 de ses statuts, la Fondation est dirigée par un conseil d'administration composé des représentants des membres fondateurs :

- **Collège des fondateurs :**

- la Ville de Bordeaux, représentée par Alain JUPPÉ, maire de Bordeaux
- le Conseil Interprofessionnel du Vin de Bordeaux (CIVB), représenté par son vice-président, Bernard FARGES
- le Crédit Agricole Mutuel d'Aquitaine, représenté par son directeur général, Jack BOUIN

- **Collège de personnes qualifiées :**

- Jean-Claude BERROUET, œnologue, ampélogue, ancien directeur des établissements JP MOUEIX
- Nicolas GAILLY, ancien directeur général de la société de négoce Barton & Guestier, administrateur et secrétaire du fonds de dotation pour le soutien de la Cité des civilisations du vin, administrateur et trésorier de American Friends of Cité des civilisations du vin
- Christelle GRANDIN, exerçant la profession de notaire, et trésorière de la fondation Henri Cartier Bresson
- David KHAYAT, cancérologue, chef du service d'oncologie médicale de l'hôpital Pitié Salpêtrière, président fondateur de la fondation AVEC, président honoraire de l'Institut National contre le Cancer
- Jocelyne PÉRARD, professeure émérite d'université en géographie, fondatrice et directrice de la chaire UNESCO Culture et Traditions du Vin établie en 2007 à l'Université de Bourgogne
- Jeannie Cho Lee, expert, Master of Wine, journaliste et écrivain

- **Collège des amis :**

- Sylvie CAZES, présidente directrice générale de la Société Bordeaux Saveurs
- Jean-Marie CHADRONNIER, ancien président de la société de négoce CVBG, viticulteur et membre du Conseil de surveillance de Vinexpo
- Max de LESTAPIS, président honoraire du Syndicat Régional des Courtiers en Vins et Spiritueux de Bordeaux, de la Gironde et du Sud-Ouest, président honoraire de la Fédération Nationale des Syndicats de Courtiers en Vins et Spiritueux
- Prince Robert de LUXEMBOURG, président directeur général de la société Domaine Clarence Dillon SAS
- Jean-François QUENIN, exerçant la profession d'exploitant agricole
- Santiago VIVANCO, vice-président et directeur général de la Fundacion Dinastia Vivanco (Rioja)

Le conseil d'administration est constitué d'un bureau dont les membres sont :

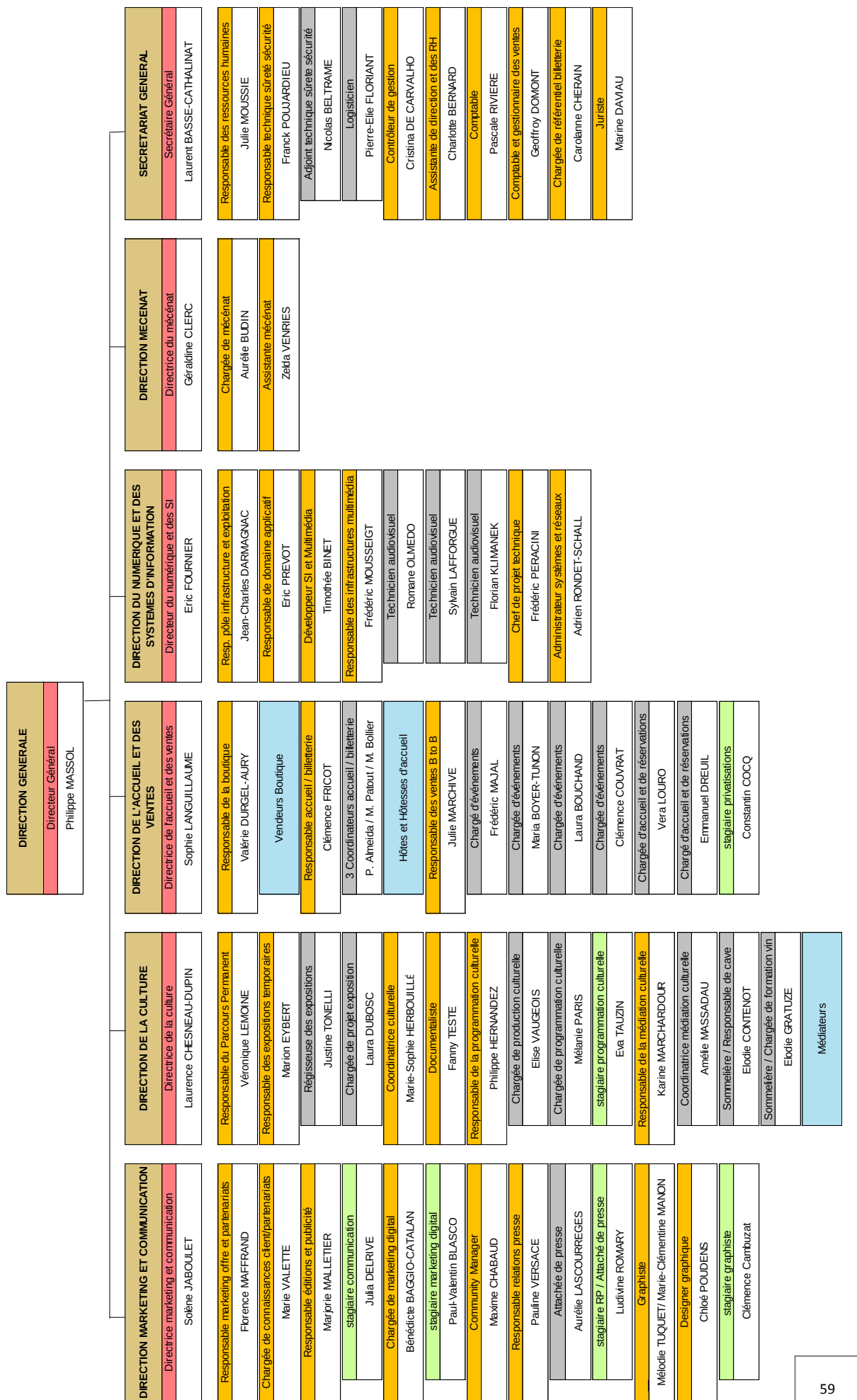
- Présidente : Sylvie CAZES
- Vice-président : Bernard FARGES
- Secrétaire : Jack BOUIN
- Trésorier : Nicolas GAILLY

Au cours de l'exercice clos, le conseil d'administration s'est réuni aux dates suivantes : le 22 juin et le 11 décembre 2018.

Les membres du comité d'orientation culturel

Le Comité d'orientation culturel est composé de :

- **Collège Fondation**
 - Prince Robert de Luxembourg, Président du Comité d'Orientation Culturelle
 - Sylvie Cazes, Présidente de la Fondation
 - Jean Claude Berrouet, Membre du Conseil d'administration - Collège des personnalités qualifiées
 - Jocelyne Pérard, Membre du Conseil d'administration - Collège des personnalités qualifiées
- **Collège Culture**
 - Nathalie Bondil, directrice et conservatrice en chef du Musée des beaux-arts de Montréal
 - Joji Hattori, Violoniste et chef d'orchestre
 - Jean-Yves Marin, Directeur des Musées d'Art et d'Histoire de Genève
 - Vincent Pomarède, conservateur du patrimoine, directeur de la Médiation et de la Programmation Culturelle au musée du Louvre
- **Collège personnalités**
 - Jeannie Cho Lee, Expert, Master of Wine, Journaliste, Écrivain, Formatrice certifiée en œnologie
 - Jean Robert Pitte, Professeur de géographie, Président honoraire de l'Université de Paris-Sorbonne (Paris IV), Président de la Société de Géographie
 - Françoise Hache-Bissette, Professeur en sciences de l'information et de la communication à l'Université Paris-Saclay et chercheuse au Centre d'histoire culturelle des sociétés contemporaines de l'UVS



Les partenaires viticoles de La Cité du Vin

49 régions ou pays viticoles ont été partenaires et ont apporté en dotation une sélection de vins « ambassadeurs » qui ont été présentés à la dégustation en fin de visite, dans les ateliers et événements culturels :

- **11 partenaires « Or »**

- Afrique du Sud - Wines of South-Africa
- Autriche - Austrian Wine
- Chili - Wines of Chile
- Espagne - ICEX (España Exportación e Inversiones) & CECRV (Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas)
- France – Bordeaux - Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux
- France – Bourgogne - Bureau Interprofessionnel des Vins de Bourgogne
- France – Roussillon - Conseil Interprofessionnel des Vins du Roussillon
- France – Sud-Ouest - Vins du Sud-Ouest
- Mexique - Consejo Mexicano Vitivinícola
- Moldavie - Wine of Moldova
- Portugal - Wines of Portugal / Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP)

- **16 partenaires « Ambre »**

- Allemagne - Deutsches Weininstitut
- Algérie – Associations des producteurs algériens de boisson
- Argentine - Wines of Argentina
- Arménie – Vine & Wine Foundation of Armenia
- Azerbaïdjan - Azerbaijan Export and Investment Promotion Foundation (AZPROMO)
- Chine – Ningxia International Federation of Vine and Wine of Helan Mountain's East Foothill
- Chypre – Evoinos Cyprus Wine Association
- Croatie - Croatian Chamber of Economy
- France – Alsace - Conseil Interprofessionnel des Vins d'Alsace
- France – Corse – Conseil Interprofessionnel des Vins de Corse
- France – Pays d'Oc – Interprofession des Vins Pays d'Oc
- France – Provence - Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence
- Georgie - Wines of Georgia
- Grèce – Greek Wine Federation
- Grèce – Crète – Wines of Crete
- Italie - Consorzio Tutela del vino Conegliano Valdobbiadene Prosecco

- **21 partenaires « Carmin »**

- Australie – Primary industries and Regions South Australia (PIRSA)
- Belgique – Association des vignerons de Wallonie et de Flandres
- Brésil – Wines of Brasil – IBRAVIN
- Canada – Canadian Vintners
- Etats-Unis – Washington State Wine
- France – Châteauneuf-du-Pape – Fédération des syndicats de producteurs de Châteauneuf-du-Pape
- France – Champagne – Association des Champagnes Biologiques
- France – Inter Rhône
- France – Languedoc – Comité Interprofessionnel des Vins du Languedoc
- France – Loire - Fédération Viticole de l'Anjou et de Saumur (FVAS)
- France – Savoie – Conseil Interprofessionnel des Vins de Savoie

- Liban - Union vinicole du Liban
- Luxembourg – Fonds de solidarité viticole
- Pologne – Chambre de Commerce et d’Industrie Polonaise en France
- Roumanie – APEV Romania
- Russie - L'organisation autorégulée "Viticulteurs et vinificateurs"
- Serbie – Union of Producers of Wine of Sumadija regions
- Slovaquie – Ambassade de Slovaquie à Paris
- Slovénie – The Association of Slovenian wineries and wine exporters
- Suisse - Swiss Wine
- Uruguay – Wines of Uruguay

Les partenaires culturels de La Cité du Vin

- **Conventions cadre :**
 - Cap Sciences, Centre de culture scientifique, technique et industrielle Bordeaux-Aquitaine
 - Kedge Business School
- **Conventions de collaboration :**
 - Université de Bordeaux, Institut des Sciences de la Vigne et du Vin (ISVV)
 - Université Bordeaux Montaigne
 - École supérieure de Théâtre de Bordeaux Aquitaine (ESTBA)
 - Association Les Journées de la nutrition, association d’aide et d’information sur les troubles des comportements alimentaires
 - La Revue du vin de France
 - Pôle d’Enseignement Supérieur de Musique et de Danse Bordeaux Nouvelle-Aquitaine
- **Partenariats culturels (accords ponctuels, hors convention) :**
 - Crous Bordeaux-Aquitaine
 - Le cinéma Jean Eustache – Pessac
 - Le FAB (association du Festival International des arts de Bordeaux Métropole)
 - Groupe LEH - Vin, Droit & Santé
 - Le Conservatoire de Bordeaux Jacques Thibaud
 - L'Institut de recherche en Musicologie (CNRS-Bibliothèque nationale de France)
 - L’Université Paris-Sorbonne
 - Les éditions Glénat
 - Le Groupe Les Etudes Hospitalières
 - L’Institut des Vins de Porto & Douro Wines
 - L'Agence nationale de l'administration fiscale du Japon
 - Le Ministère de l'agriculture et du développement rural de la République slovaque
 - L'Association Egyptologique de Gironde
 - L’Académie du vin de Bordeaux
 - L'Association Hermione – La Fayette
 - JETRO Paris
- **Partenariats interprofessions ayant participé aux évènements culturels :**
 - Austrian Wine
 - La Confrérie des Vignerons / Swiss Wine
 - Association des vins d’Abbayes
 - Deutsches Weininstitut
 - Le Conseil Interprofessionnel des Vins de Provence
 - Pays d'Oc – Indication Géographique Protégée

- Porto & Douro Wines
- Wines of Portugal
- Les Vins du Sud-Ouest
- ICEX
- Canadian vintners
- Association foie gras du Périgord
- Wines of Brasil
- Les vins de Tahiti
- Inter Rhône
- Union of Producers of Wine of Sumadija regions
- Interprofession des vins de Bergerac et Duras
- Wines of Uruguay

- **Implication dans la programmation de manifestations :**

Au niveau international :

- Les Journées européennes du patrimoine
- Festival International des Arts de Bordeaux Métropole
- Mission du centenaire de la Première Guerre mondiale

Au niveau national :

- Fête de la musique
- Journée nationale de l'archéologie
- Japonismes 2018
- Semaine de l'Amérique Latine et des Caraïbes

Au niveau local

- Bordeaux fête le vin
- Festival Les Campulsations
- Escale du Livre
- Festival Les fous rires de Bordeaux
- Festival Ritournelles - Permanences de la littérature
- Bordeaux S.O GOOD

Les mécènes de la Fondation

- **29 Entreprises Mécènes ont soutenu les saisons culturelles 2018 de La Cité du Vin :**

- American Friends of La Cité du Vin
- Banque BCP
- Banque Populaire Aquitaine Centre Atlantique
- Barton Family Wines
- Bellot
- Bernard Magrez Grands Vignobles
- Bourrassé Liège
- Castel
- Château Kirwan
- Château Lafon Rochet
- CIC/CM-CIC Investissement
- Clarence and Anne Dillon Trust
- Crédit Agricole Aquitaine
- Défis

- Drapeaux Dejean Marine
- Domaines Barons de Rothschild (Lafite)
- Domaines François Lurton
- Duclot
- Eloge
- JF Hillebrand
- Keolis Bordeaux Métropole
- Maison de Champagne Krug
- La Caisserie du Bazadais
- Legendre Immobilier
- Les Professionnels du liège
- Monblanc Traiteur
- Pictet Group
- Quinta do Noval
- Videlio Events

Les amis de la Fondation

- **16 Particuliers ont soutenu les saisons culturelles 2018 de La Cité du Vin :**

- Camille Baudoin
- Vincent Béraud
- Elizabeth Bonnin
- Jean-Luc Cambon
- Catherine Cambon
- Alain Dallochio
- Bernard de Boissezon
- Mathilde de la Bastie Chevallier
- Eliane Hui Bon Hoa
- Françoise Mur
- Michel Petitjean
- Annick Pebayle
- Jean Pebayle
- Chantal Sermadiras
- Eléonore Terreau
- François Toubert

Les adhésions de la Fondation

- **En 2018, la Fondation était adhérente des organismes suivants :**

- Le Medef
- Atout France
- Atout France Cluster Culture et patrimoine
- Le Snelac
- ICOM
- Le Club des entreprises de Bordeaux
- Invest In Bordeaux
- Bordeaux Convention Bureau
- Les dirigeants commerciaux de France
- Comité Régional du Tourisme

- L'Office du tourisme de Bordeaux Métropole
- Culture Clic
- Association Sink Culture
- Congrès et expositions de Bordeaux
- APACOM
- Admical
- Association française des fundraisers

Les principaux tarifs de la saison 2018

La politique tarifaire de La Cité du Vin se décline autour de différentes typologies de tarifs : pleins, réduits, gratuits, groupes ... Chaque événement de la programmation culturelle fait également l'objet d'une tarification spécifique.

Tarification 2018

Billet Parcours permanent	Plein tarif	Tarif réduit	Tarif groupes
Adulte	20€	16€	18€ / réduit 14,50€
Jeune (6 – 17)	9€	7€	4,5€

Adulte OPEN PP + EXPO	29€	24€	
Adulte OPEN PP	25€		
Jeune (6 – 17)	14€		

Abonnement annuel			
Adulte Solo	48€	36€	
Adulte Duo	84,5€		
Jeune (6 – 17)	22€		

Pack Famille (2 adultes + 4 enfants)	50€		
Enfant / Jeune supplémentaire	6€		

Atelier découverte			
Adulte	15€	12€	13,50€
Combiné avec Parcours permanent	32€	25,60€	28,80 €

Expérience polysensorielle			
Adulte	25€	20€	22,50€
Combiné avec Parcours permanent	40€	32€	36€

Salon des amateurs			
Adulte	20€	16€	18€
Combiné avec Parcours permanent	36€	28,80€	32,40€

Atelier Famille	17 €		
------------------------	------	--	--

Atelier Jeune public			
Enfant (8-11 ans)	9€	8€	
Combiné avec Parcours permanent	17€		

Visite guidée ZOOM sur ARCHI	8 €	6,40€	
Combiné avec Parcours permanent	26,40 €	21,10€	

Exposition temporaire « vin et musique »			
Adulte	8€	6,50€	6,50€
Jeune (6 – 17)	3,50€	3€	2,50€
Combiné avec PP Adulte	24€	19€	21,50€

