EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

SEANCE DU **04 mai 2016 à 18 h 00**

AUJOURD'HUI **quatre mai deux mille seize**

LE CONSEIL MUNICIPAL de la Ville de Clermont-Ferrand, convoqué par Monsieur le Maire le 30 avril 2016, s'est réuni dans la salle ordinaire des séances.

Après avoir ouvert la séance, Monsieur le Maire procède à l'appel.

Etaient présents Mmes et MM. les Membres du Conseil dont les noms suivent :

Olivier BIANCHI, Maire, présidant la séance

Présent(e)s :	**Olivier BIANCHI, Françoise NOUHEN, Christine DULAC-ROUGERIE, Monique BONNET, Simon POURRET, Isabelle LAVEST, Grégory BERNARD, Cécile AUDET, Jérôme GODARD, Cyril CINEUX, Jérôme AUSLENDER, Nicaise JOSEPH, Marion CANALES, Saïd Akim BARA, Gérard BOHNER, Nicolas BONNET, Géraldine BASTIEN, Valérie BERNARD, Christophe BERTUCAT, Jean-Luc BLANC, Jean-Pierre BRENAS, Edith CANDELIER, Jean-Christophe CERVANTES, Alparslan COSKUN, Louis COUSTÈS, Magali GALLAIS, Nadia GUERMIT-MAFFRE, Patricia GUILHOT, Pascal GUITTARD, Christiane JALICON, Claudine KHATCHADOURIAN-TECER, Marianne MAXIMI, Abdelmajid MELLOUKI, Pierre MIQUEL, Fabienne MONTEL, Didier MULLER, Florent NARANJO, Christian PORTEFAIX, Nicole PRIEUX, Dominique ROGUE-SALLARD, Laurence SCHLIENGER, Sylviane TARDIEU, Odile VIGNAL, Guillaume VIMONT**
Excusé(e)s ayant donné pouvoir :	**Manuela FERREIRA DE SOUSA à Monique BONNET, Philippe BOHELAY à Grégory BERNARD, Dominique ADENOT à Françoise NOUHEN, Dominique BRIAT à Pascal GUITTARD, Sondès EL HAFIDHI à Jérôme AUSLENDER, Alain LAFFONT à Florent NARANJO, Jean-Pierre LAVIGNE à Jean-Pierre BRENAS**
Excusé(e)s :	**Isabelle PADOVANI, Antoine RECHAGNEUX**
Absent(e)s :	**François BARRIÈRE, Anne FAUROT**
Secrétaire :	**Marianne MAXIMI**

Mme Géraldine BASTIEN, Mme Marion CANALES et M. Guillaume VIMONT arrivent pendant l'expression proposée par M. le Maire à chaque groupe politique, et relative à la tenue du Conseil Municipal du 29 avril 2016.
Mme Patricia GUILHOT, au nom du groupe Front de Gauche – Place au peuple, demande une suspension de séance de 10 mn à M. le Maire qu'il accorde. M. le Maire suspend celle-ci à 18h47.
M. le Maire reprend la séance à 19h00, après avoir vérifié que le quorum est atteint.
M. Guillaume VIMONT quitte la séance avant le vote de la question n°2 et donne pouvoir à Mme Marianne MAXIMI.
M. Jérôme GODARD quitte la séance avant le vote de la question n°6 et donne pouvoir à Mme Cécile AUDET.
Mme Magali GALLAIS quitte la séance avant le vote de la question n°8 et donne pouvoir à M. Jean-Christophe CERVANTES.
Mme Christine DULAC-ROUGERIE quitte la séance avant le vote du vœu A, sans laisser de pouvoir.
M. Louis COUSTES quitte la séance avant le vote du vœu A et donne pouvoir à Mme Nadia GUERMIT-MAFFRE.
Mme Isabelle LAVEST quitte la séance avant le vote du vœu D sans laisser de pouvoir.

Rapport N° 36

PARTICIPATION DE LA VILLE À LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2016 DESTINÉE À PROMOUVOIR LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

Mesdames Manuela FERREIRA DE SOUSA, Nicole PRIEUX, Marion CANALES et Messieurs Jérôme AUSLENDER, Alparslan COSKUN et Didier MULLER ne prennent pas part au vote en tant que membres du CA de l'Office du Tourisme et des Congrès.

Dans le cadre des actions de promotion touristique rendues possibles par la perception de la taxe de séjour, la Ville apporte son soutien depuis 2006, à l'Office de Tourisme et des Congrès, son partenaire institutionnel dans ce domaine, pour la mise en œuvre d'une campagne de communication destinée à améliorer la fréquentation de Clermont-Ferrand par la commercialisation de courts séjours et l'accueil de congrès.

L'élaboration de ces campagnes continue d'associer l'Office de Tourisme et des Congrès, la Chambre de Commerce et d'Industrie, ainsi que les représentants des professionnels de l'hôtellerie et la Ville.

La contribution de la Ville à cette opération a été de 170 000 € en 2009, portée à 204 000 € depuis 2010, par la prise en charge des frais de gestion. Son financement est assuré par la mobilisation du produit de la taxe de séjour conformément aux dispositions de l'article L 2333-27 du Code Général des Collectivités Territoriales.

La commission de suivi de la taxe de séjour s'est tenue en Mairie le 23 mars 2016 avec les représentants institutionnels participants à la promotion touristique : Mairie, Clermont Communauté, Chambre de Commerce et d'Industrie, Club des Hôteliers, Union des Métiers de l'Industrie, Office du Tourisme et des Congrès.

Le bilan de la campagne de communication 2015 a été présenté par l'Office de Tourisme et des Congrès. Les résultats en sont tout à fait satisfaisants. Plusieurs axes d'action ont été menés et regroupés autour de trois objectifs principaux :

- **Positionner l'Office du Tourisme comme animateur du territoire** : les actions visent :

- le grand public : l'offre touristique est structurée autour de packages thématiques (séjour Court Métrage, séjour Volcans, Séjour shopping, Séjour passion lyrique…..) et du passeport touristique « ClermontPass » valable sur 72 heures et donnant accès au Panoramique des Dômes, l'Aventure Michelin, un musée clermontois et un ticket T2C valable sur la durée du séjour.

- les professionnels : l'action permet de fédérer les acteurs du tourisme d'affaires pour promouvoir la destination clermontoise : mise en place et développement d'un plan d'actions pour l'accueil des congressistes et d'un plan de promotions.

- **Promouvoir Clermont-Ferrand à l'échelle nationale et internationale :**

- le grand public : les campagnes web, newsletters, distribution de flyers, annonces presse participent à faire connaître la Ville sur l'ensemble du territoire et notamment les régions Rhône Alpes, Provence Alpes Cote d'Azur et Ile-de-France. A l'international, les actions sont menées avec le Cluster Tourisme en Ville d'Atout France qui permet une mutualisation de moyens avec 25 grandes villes de France.

- les professionnels : la promotion est conduite par la participation à différents salons (Réunir, Evently Lyon….), points presse (Entreprendre, Tourisme d'Affaire Auvergne, Meet and Travel Magazine…), mailing auprès des tours opérateurs et autocaristes, exploitation du fichier « Association Internationale des Villes Francophones et de Congrès».

- **Développer une stratégie numérique globale pour le territoire :** le site internet a été revu et réaménagé en français, allemand et espagnol. La présence sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram est développée ainsi qu'une application sur le circuit de visite des fontaines téléchargeable. Cet axe de développement est particulièrement important, le site de l'Office recueillant 350 000 visiteurs et 47 % des réservations sont faites par internet.

Le détail des actions est présenté dans le document annexé.

Compte tenu du bilan de l'année 2015 et de la demande de renouvellement de subvention présentée par l'Office de Tourisme et des Congrès, il vous est proposé d'arrêter le principe du financement d'une nouvelle campagne de communication sur 2016. Le financement apporté par la Ville sera reconduit à hauteur de 204 000 €.

Par ailleurs depuis 2007, la Ville soutient l'activité du Club des Hôteliers. Cette participation finance l'actualisation, l'impression et la diffusion du guide, mais aussi le développement du site internet, permettant de faire découvrir l'offre hôtelière de Clermont-Ferrand et sa périphérie. Le développement de la réservation en ligne est un atout majeur pour les adhérents au Club. Il vous est donc proposé de continuer ce soutien et d'allouer au Club des Hôteliers Clermontois, une subvention de 10 000 € permettant la poursuite et le développement de leurs actions.

A l'avenir ces financements ne seront plus portés par la Ville de Clermont-Ferrand. En effet, à compter de 2017, la compétence tourisme sera transférée à Clermont-Communauté qui conduira les actions afférentes.

Il vous est demandé, en accord avec votre commission, de bien vouloir approuver ces propositions et d'autoriser Monsieur le Maire à signer la convention ci-jointe.

DELIBERATION

Les propositions mises aux voix sont adoptées à l'unanimité et converties en délibération.

Pour ampliation certifiée conforme.

Fait à Clermont-Ferrand, le 12 mai 2016

Pour Le Maire, et par délégation,
La Première Adjointe,

Françoise NOUHEN

CONVENTION

Entre

La Commune de Clermont-Ferrand dont le siège est situé 10, rue Philippe Marcombes – 63000 Clermont-Ferrand,

Représentée par **Monsieur Olivier BIANCHI**, Maire, spécialement habilité aux fins des présentes en vertu d'une délibération du Conseil Municipal en date du 4 mai 2016, reçu en Préfecture le XXX 2016

Ci-après désigné **« la Ville** ».

Et

L'Office du Tourisme et des Congrès dont le siège social est situé Place de la Victoire – 63000 Clermont-Ferrand,

Représenté par Monsieur Frédéric PILAUD, Président,

Ci-après désigné **« Office de Tourisme et des Congrès** ».

Préambule :

Après voir fait le constat du besoin de dynamiser l'activité touristique de fin de semaine, ainsi que l'accueil des congrès et du tourisme d'affaire, la Ville, l'Office de Tourisme et des Congrès, la Chambre de Commerce et d'Industrie, et les représentants des professionnels de l'hôtellerie, conviennent de poursuivre les dispositifs des années précédentes et notamment un plan de communication concerté et de confirmer l'Office du Tourisme et des Congrès dans sa fonction d'animateur du territoire.

La présente convention définit les relations entre la Ville et l'Office de Tourisme et des Congrès pour la mise en œuvre de ce plan de communication 2016.

Il est convenu ce qui suit :

Article 1 :

Les actions seront les suivantes :

- poursuivre la structuration de l'offre touristique avec les différents partenaires et notamment le développement de ClermontPass

- fédérer les acteurs du tourisme d'affaires afin d'améliorer l'accueil des congressistes

- promouvoir la destination de Clermont-Ferrand tant en direction des particuliers que des professionnels, par des actions tel que le développement du site internet, l'action auprès des tour-opérateurs, la collaboration avec la structure Atout France, la participation aux salons professionnels, l'accueil de la presse, les annonces dans les guides, la réalisation de films téléchargeables etc...

- développer la stratégie numérique par la continuité du travail engagé sur le référencement et l'animation des sites, le développement de la présence de l'Office du Tourisme et des Congrès sur les réseaux sociaux et la promotion de l'application mobile de téléchargement.

- travailler au rapprochement avec l'Office de Tourisme de Lyon dans le prolongement de la fusion Auvergne Rhône-Alpes

Cette année 2016 sera également préparatoire au transfert de la compétence tourisme à l'agglomération et à la création de la nouvelle structure communautaire.

Article 2 :

La contribution de la Ville à cette opération est fixée à 204 000 €. Cette somme intègre un montant de 34 000 € correspondant aux charges d'exploitation supportées par l'Office du Tourisme et des Congrès au titre du plan de communication. Son financement est assuré sur le produit de la taxe de séjour en application de l'article L 2333-27 du Code Général des Collectivités Territoriales qui affecte exclusivement le produit de cette taxe « aux dépenses destinées à favoriser la fréquentation touristique de la commune ».

Article 3 :

La présente convention prend effet à la date de signature des parties et jusqu'au 31 décembre 2016.

Article 4 :

L'Office du Tourisme et des Congrès rendra compte à la Ville et à la nouvelle structure communautaire des conditions de mise en œuvre du plan de communication et de ses résultats.

Fait à Clermont-Ferrand, le XXXX 2016
en 3 exemplaires originaux,

Pour la Ville de Clermont-Ferrand	Pour l'Office du Tourisme et des Congrès
Le Maire,	Le Président,
Olivier BIANCHI	Frédéric PILAUD

ACTIONS 2015 / OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE CLERMONT-FERRAND

Objectifs / actions 2015		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 1	**Positionner l'Office de Tourisme comme animateur du territoire** ***action 1*** : Structurer l'offre des partenaires avec des séjours touristiques	Grand public	- séjour Court-métrage - séjour Volcans - séjour Aventure - séjour Vulcania - séjours Shopping - séjours Passion Centre Lyrique - séjour Culture et Bien-être	2 533 nuitées vendues
	action 2 : Mise en marché du ClermontPass avec divers partenariats	Grand public	Passeport valable 72 h vendu 18 € à l'Office de Tourisme de Clermont / Royat-Chamalières et dans les hôtels	661 ClermontPass vendus
	action 3 : Fédérer les acteurs du tourisme d'affaires pour la promotion de la destination	Professionnels	Diverses réunions pour définir : - 1 vecteur de communication - 1 plan d'actions pour l'accueil des congressistes - 1 plan de promotion	Cf. : plan de promotion tourisme d'affaires (objectif 2 / action 3)







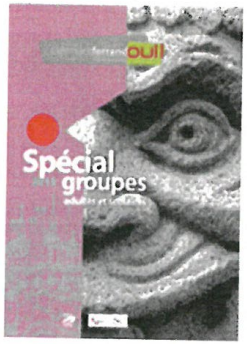






Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 2-1	***action 4*** : Participation au Guide Vert « Week-end à Clermont »	Grand public	- Participation au contenu rédactionnel du guide et participation financière à hauteur de 5 000 €. Page annonce consacré au ClermontPass	Vente à venir du guide
	action 5 : Promotion des visites et séjours pour les groupes	Professionnels, autocaristes, tour-opérateurs	- Participation à « Rendez-vous en France » à Paris en mars 2015 - édition de e-mailing auprès des tour-opérateurs et autocaristes français - réédition du catalogue groupes	Volume des ventes de séjours et excursions : plus de 280 000 €, soit + 43 % par rapport à 2014







Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 2-2	**Promouvoir notre destination à l'échelle nationale et internationale** ***action 1*** : Participer aux actions de promotion sur les marchés étrangers avec le Cluster Tourisme en Ville d'Atout France ***action 2*** : Développer les accueils de presse et de tour-opérateurs étrangers	Grand public nationalités étrangères Tour-opérateurs Journalistes	Mutualisation des moyens avec 25 grandes villes françaises En relation avec Atout France et le CRDTA	Développement du nombre et de la diversité des touristes étrangers accueillis à Clermont-Ferrand En 2015, une vingtaine d'accueils de journalistes et de tour-opérateurs étrangers. Retombées presse et multimédia dont celles de Lonely Planet

AUVERGNE
NOUVEAU MONDE
[TOURISME]





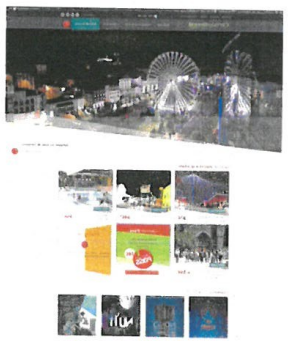
ATOUT FRANCE

France

	Objectifs / actions 2014	Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 3	**Développer une stratégie numérique globale pour le territoire** ***action 1*** : Faire évoluer les sites Internet pour une meilleure visibilité sur les moteurs de recherche	Grand public	Réaménagement des sites français, allemand et espagnol	Fréquentation des sites Internet de l'Office de Tourisme En 2015 plus de 350 000 visiteurs
	action 2 : Présence renforcée sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram		- 3 posts par semaine sur Facebook - Instameet pour animation de notre compte Instagram (décembre 2015)	30 631 fans au 31/12/2015 5 822 personnes touchées en moyenne pour chaque post
	action 3 : Développement de l'application des fontaines pour la visite de Clermont		Visite audioguidée 30 points d'intérêt 3 parcours géolocalisés + promotion de l'application Investissement : 25 000 €	900 téléchargements











clermontferrand OUI! TOURISME

yes! isi! ja! si!

BUDGET DE COMMUNICATION 2015

		Réalisé
Campagne de Promotion « séjours »		
- Communication Internet	41 100 €	64 000 €
- Communication presse	21 000 €	
- Divers (numéro vert, Touring Info Service)	1 500 €	
Animation / développement réaménagement site / promotion web		
- Développement, réaménagement, référencement et maintenance des sites		34 500 €
- Développement des sites allemand et espagnol		
- Maintenance Ingénie		
Promotion congrès		
- Participation aux salons Réunir, Bedouk et Evently Lyon		21 000 €
- Stand		
- Annonce presse / news, guide Réunir, Entreprendre, Tourisme d'Affaire Auvergne Nouveau Monde, Intermedia, Meet & Travel Magazine		
- Relations Presse		
- Cotisation AIVFC		
Promotion sur les marchés français et étrangers		
- Adhésion club Tourisme en Ville		8 400 €
- Guide Vert		5 000 €

Editions OT & diffusions - Réactualisations - Editions - Diffusion		40 000 €
Plan de communication ClermontPass (édition + annonce presse Auvergne Passion) - Le Zap, le guide estival de la Montagne, le Petit Gourmet, flyers		15 500 €
Plan de promotion application fontaines - Stand promotionnel, annonce presse dans le Zap, flyers		6 400 €
Promotion groupes - Insertion guides « sorties régionales » (papier + Internet) - Participation au salon Rendez-vous en France - Edition catalogue - E-mailing		5 000 €
Autres actions de promotion - Accueil presse - Autres publicités (pages jaunes, web et éditions papier) - Déplacements et représentations, réceptions - Cotisations - Téléphone (25 %) et SACEM - Envoi de documentations	5 000 € 2 000 € 4 500 € 5 700 € 1 000 € 8 000 €	26 200 €
	TOTAL	**226 000 €**

Application fontaines 25 000 €

PLAN MÉDIA 2015 - séjours à Clermont-Ferrand

	TTC
Création, communication : Tout feu, tout flamme • flyers et annonces presse	726,00 €
Impression • 10.000 flyers	422,00 €
Diffusion / Touring infos service • Hôtels du Puy-de-Dôme + agglo du 1/07 au 31/08 : 124 hôtels – 32 communes : 5 000 exemplaires + Office de Tourisme de Clermont (5 000 exemplaires)	520,00 €
Campagne web • Réalisation kits bannières : « produits », générique, kit mail, landing page • Campagne Google Adwords (réseau de recherche et réseau de contenu) • Campagne emailing base 250.000 adresses Ciblage : famille, + de 28 ans – affinités courts séjours Géociblage : Rhône-Alpes, Paca, Paris Dates : 24/03 / 08/04 / 29/04 / 25/06 / 07/07 (5 envois) • Campagne E publicité : achat RTB (enchères en temps réel) Date 15 mars →31 juillet Ciblage géographique : Rhône-Alpes, Paca, puis Paris Sites voyages, loisirs, sorties, puis reciblage des prospects passés sur notre site	180,00 € 27 060,00 € 2 496,00 € 18 264,00 €

- Annonces presse • Paris Match Rhône-Alpes – ½ page – 2 parutions : 2 avril et 9 avril Diffusion : 120 313 exemplaires - Audience : 438.000 lecteurs • Télé 7 jours Rhône-Alpes – 1 page – parution : 27 avril Diffusion : 120 313 exemplaires - Audience : 438 000 lecteurs • Elle Rhône-Alpes – ½ page – 2 parutions : 30 avril et 7 mai Diffusion : 67 334 exemplaires - Audience : 292.000 lecteurs • Bulle de Gônes – 1 page – avril/mai 2015 - bimestriel gratuit Diffusion : 45 000 exemplaires - 800 points de diffusion : Grand Lyon, Rhône et Loire, CE Cible : parents zone urbaine • Guide estival Rhône-Alpes en 4ème de couverture pleine page Diffusion : 60 000 exemplaires • Femme actuelle Ile-de-France – ½ page – parution : 28/09/2015 Diffusion : 130 000 exemplaires - Audience : 774 600 lecteurs • Mensuel gratuit Spot Clientèle urbaine Lyon Diffusion : 30 000 exemplaires + site Internet avec 50 000 impressions Frais de commercialisation : numéro vert / Pay Box ...	13 277,00 € 919,00 €
TOTAL	63 864,00 €

clermontferrandOUI! TOURISME

yes! isi! ja! si!

PLAN MÉDIA – ClermontPass 2015

	TTC
Création, édition des flyers, présentoirs, calicots, ClermontPass	7 800,00 €
Diffusion de flyers dans les hôtels du Puy-de-Dôme et de l'agglomération de Vichy, dans les sites touristiques et Office de Tourisme du Puy-de-Dôme (Touring Info)	500,00 €
- Annonces presse • ZAP – 1/3 page en mai/juin et octobre + rédactionnel • Le Petit Gourmet – ½ page en juin + rédactionnel • Guide été de La Montagne – 1 page • Auvergne Passion printemps/été 2015 – 1 page	7 300,00 €
TOTAL	15 600,00 €

PROMOTION CONGRÈS 2015

	Montant TTC	Montant TTC
Participation à des salons		7 299,60 €
- salon Bedouk Paris (5 février 2015)	1 740,00 €	
- salon Evently Lyon (12 et 13 mars 2015)	2 400,00 €	
- salon Réunir (18 et 19 septembre 2015)	1 314,00 €	
- stand	1 845,60 €	
Relations presse		1 451,40 €
- relation presse salon Evently (12 et 13 mars 2015)	799,20 €	
- opération Club Presse Lyon (9 juin 2015)	652,20 €	
Cotisation AIVFC		1 300,00 €
Annonce presse / catalogue *		10 278,00 €
- annonce catalogue + news + magazine + web réunir (National)	3 108,00 €	
- annonce presse Entreprendre + Manager (avril 2015) – Audience nationale	2 640,00 €	
- annonce presse Tourisme Affaire Auvergne Nouveau Monde (Auvergne)	1 008,00 €	
- Intermédia / Région Lyonnaise (décembre)	1 122,00 €	
- Meet & Travel Magazine Dossier Auvergne (janvier / février 2016)	2 400,00 €	
Accueil organisateur / Presse / Goodies	500,00 € €	500,00 €
TOTAL		20 829,00 €

* A venir – 1 page à paraître dans le magazine « entreprendre » (janvier 2016)

07/12/15

clermontferrandOUI! TOURISME

yes! isi! ja! si!

BILAN ANNUEL PARTENAIRES

Année 2015

Vente de produits packagés et de prestations sèches pour les individuels.

Les séjours Tout Feu Tout Flamme



SÉJOUR CLERMONT VULCANIA

1060 nuitées



SÉJOUR CLERMONT VOLCANS

1251 nuitées

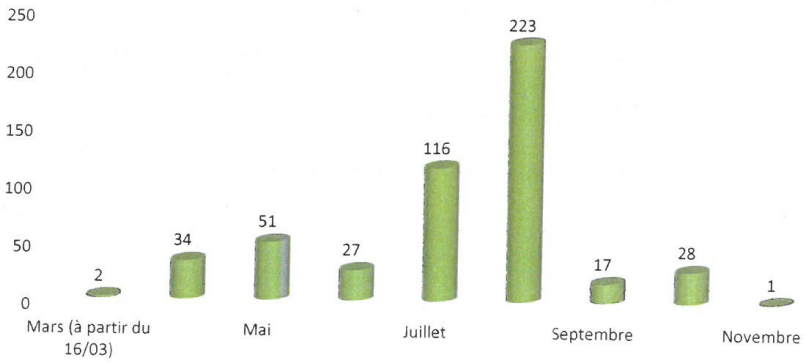


SÉJOUR CLERMONT AVENTURE

131 nuitées

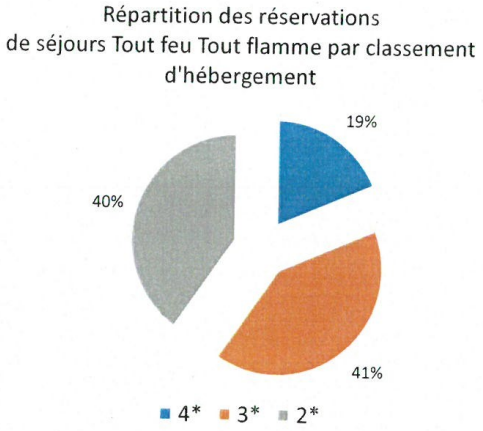
Bilan général : 2442 nuitées

Nombre de réservations des séjours Tout feu Tout flamme
du 16 mars au 11 novembre 2015

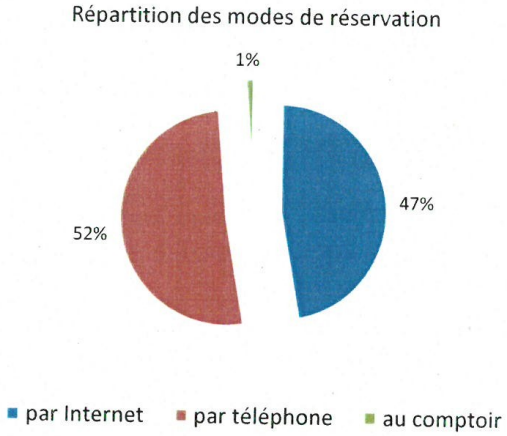


Profil et comportements des clients

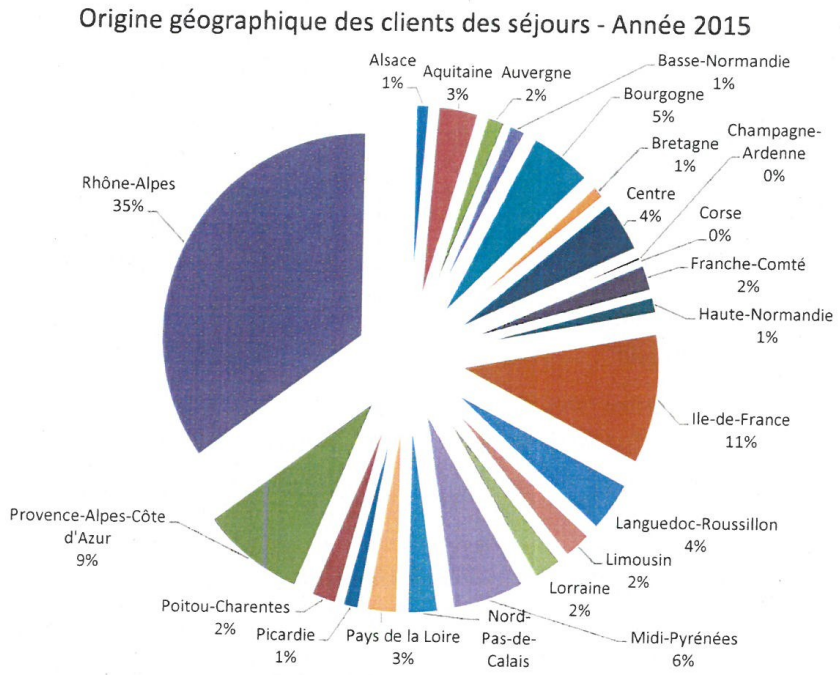
QUEL TYPE D'HEBERGEMENT ?



COMMENT RESERVENT-ILS ?

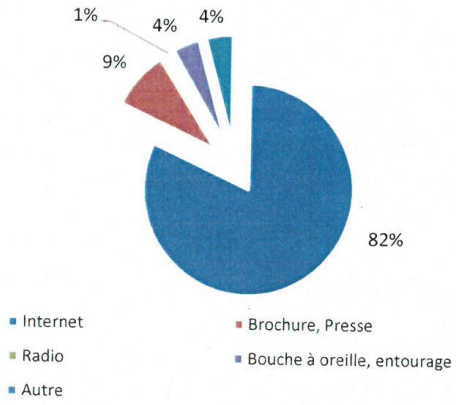


D'OU VIENNENT-ILS ?

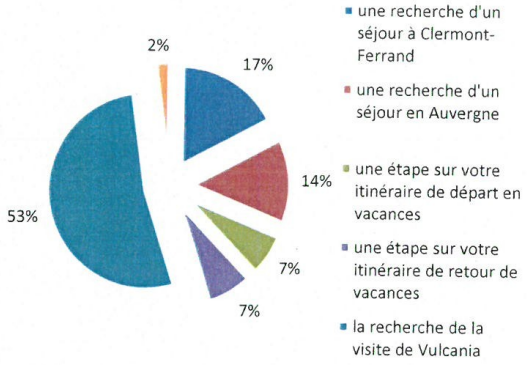


BILAN DE SATISFACTION

Q1. Comment avez-vous eu connaissance de cette offre?



Q3. Ce séjour répond à ...



Q6. Globalement, êtes-vous satisfait de votre séjour ?

