



DELIBERATION DU CONSEIL MUNICIPAL

SEANCE DU 06 novembre 2020 à 17 h 00

AUJOURD'HUI six novembre deux mille vingt

LE CONSEIL MUNICIPAL de la Ville de Clermont-Ferrand, convoqué par Monsieur le Maire le 30 octobre 2020, s'est réuni en visioconférence.

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, Christine DULAC ROUGERIE, Nicolas BONNET, Marion CANALES, Cyril CINEUX, Isabelle LAVEST, Grégory BERNARD, Manuela FERREIRA DE SOUSA, Rémi CHABRILLAT, Nicaise JOSEPH, Jean-Christophe CERVANTES, Cécile AUDET, Jérôme GODARD, Odile VIGNAL, Christophe BERTUCAT, Magali GALLAIS, Jérôme AUSLENDER, Anne-Laure STANISLAS, Didier MULLER, Sondès EL HAFIDHI, Charles-André DUBREUIL, Sylviane TARDIEU, Dominique ADENOT, Anna AUBOIS, Marion BARRAUD, Géraldine BASTIEN, Laetitia BEN SADOK, Valérie BERNARD, Fatima BISMIR, Alexis BLONDEAU, Julien BONY, Jean-Pierre BRENAS, Dominique BRIAT, Estelle BRUANT, Fatima CHENNOUF-TERRASSE, Alparslan COSKUN, Samir EL BAKKALI, Eric FAIDY, Christiane JALICON, Claudine KHATCHADOURIAN-TECER, Wendy LAFAYE, Diego LANDIVAR, Cécile LAPORTE, Steve MAQUAIRE-BEAUSOLEIL, Marianne MAXIMI, Pierre MIQUEL, Lucie MIZOULE, Lucas PEYRE, Frédéric PILAUD, Catherine PINET-TALLON, Stanislas RENIÉ, Pierre SABATIER, Vincent SOULIGNAC, Yannick VIGIGNOL, Thomas WEIBEL

Excusé(e)s ayant donné pouvoir :

Excusé(e)s :

Absent(e)s :

Secrétaire : Wendy LAFAYE

Mme Fatima CHENNOUF-TERRASSE quitte la séance avant le vote de la question n°2 et donne pouvoir à Mme Marianne MAXIMI.

Mme Wendy LAFAYE était absente pendant le vote de la question n°4.

Rapport N° 20
RAPPORT ANNUEL 2019 DES ADMINISTRATEURS
DE LA SOCIETE PUBLIQUE LOCALE CLERMONT AUVERGNE - TOURISME

L'article L1524-5 du Code Général des Collectivités Territoriales relatif aux Sociétés Publiques Locales prévoit que les organes délibérants des collectivités locales actionnaires se prononcent sur le rapport écrit qui leur est soumis au moins une fois par an par leurs représentants au Conseil d'Administration, et qui porte, notamment, sur les modifications des statuts qui ont pu être apportées à la société publique locale.

En application de ces dispositions, les administrateurs de la Ville de Clermont-Ferrand à la SPL Clermont Auvergne Tourisme présentent un rapport annuel écrit devant le conseil municipal, au titre de l'exercice 2019.

Ce rapport a pour objectif de renforcer l'information des élus municipaux, afin de s'assurer que la Société Publique Locale Clermont Auvergne agit en conformité avec les positions et actions engagées par la Ville de Clermont-Ferrand.

Vu la délibération du 30 septembre 2016, par laquelle la Ville de Clermont-Ferrand est devenue actionnaire de la SPL Clermont Auvergne Tourisme et le rapport annuel 2019, les informations suivantes sont présentées au conseil municipal :

1. Présentation de la société

La SPL Clermont Auvergne Tourisme est une société publique locale (SPL) qui exerce son activité dans les domaines suivants :

- la mise en œuvre de la stratégie de valorisation et de développement touristique de ses actionnaires sur la base des quatre axes suivants : le tourisme d'affaires et des congrès, le tourisme urbain et culturel, le tourisme de santé et de bien être, le sport et les activités de pleine nature ;
- la promotion touristique de la destination Clermont Auvergne Tourisme.

La société assure la fonction d'office du tourisme métropolitain notamment en assurant les missions d'information et d'accueil du public, de mise en place d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI), de promotion touristique, de coordination et de soutien à toutes les actions des divers partenaires de développement touristique local, de gestion et de développement d'un bureau des congrès, de commercialisation de prestations et de services touristiques.

Elle œuvre dans le champ public, à destination exclusive des collectivités actionnaires.

Son siège social est sis : Clermont Auvergne Métropole – Hôtel d'agglomération – 64-66 avenue de l'Union Soviétique – BP 231 – 63007 Clermont-Ferrand Cedex 1.

La société est composée de 5 actionnaires, 15 administrateurs.
Son capital social est de 300 000 €, réparti en 30 000 actions de 10 € chacune.

La Ville de Clermont-Ferrand détient 6 000 actions, ce qui représente 20 % du capital social. Elle bénéficie de 3 postes d'administrateurs, qui étaient occupés en 2019 par : Madame Manuela FERREIRA DE SOUSA, Madame Marion CANALES et Monsieur Pascal GUITTARD, remplacé en cours d'exercice par Madame Nicole PRIEUX.

La part du capital de chaque actionnaire est la suivante :

Aucun changement concernant l'actionnariat n'est intervenu dans l'année 2019.

En 2019, le Président du Conseil d'administration était Monsieur Roger Gardes, désigné par délibération du Conseil d'administration, le 17 novembre 2016.

Le Directeur général, Monsieur Vincent Garnier a été désigné par délibération du Conseil d'administration du 10 mars 2017.

2. Vie de la société au cours de l'exercice 2019

Les comptes annuels de la SPL font l'objet d'un rapport établi par expert-comptable, annexé au rapport de gestion de ladite société. Conformément aux dispositions du Code de commerce, ces comptes ont également été déposés au greffe du Tribunal de commerce de Clermont-Ferrand.

Le rapport de gestion de l'exercice 2019 de la SPL Clermont Auvergne Tourisme, joint au présent rapport, précise notamment les éléments suivants :

- la SPL Clermont Auvergne Tourisme a signé des conventions réglementées avec ses actionnaires :
 - contrat de délégation de service public avec Clermont Auvergne Métropole axé sur le tourisme d'affaires et des congrès, le tourisme de santé et de bien-être, dont le thermalisme, le tourisme urbain dont le patrimoine, la culture et l'événementiel et le tourisme sportif et de pleine nature pour un montant de 1 791 724 € ;
 - convention avec la Ville de Clermont-Ferrand : convention ayant pour objet l'animation du Patrimoine, la gestion de l'Espace Patrimoine et la participation à Effervescences pour un montant de 41 666 € ;
- le chiffre d'affaires réalisé par la SPL Clermont Auvergne Tourisme s'élève à 2 134 369 € (+147 227 € par rapport à 2018) ;
- le résultat d'exploitation pour l'exercice s'élève à 11 320 € (il était de 103 949 € en 2018) ;
- le montant du bénéfice s'élève à 5 894 € (10 575 € en 2018), affecté en report à nouveau.

Le rapport d'activité joint au présent rapport présente les axes organisationnels et thématiques déployés par la SPL Clermont Auvergne Tourisme en 2019 tels que :

- le volet des ressources humaines : mise en place d'une organisation axée vers davantage de communication interne et de transversalité, fin des mises à disposition des personnels par Clermont Auvergne Métropole ;
- la question commerciale : réorganisation du pôle commercial avec le renforcement du service réceptif et la nomination d'un responsable commercial, définition d'une nouvelle stratégie commerciale ;
- l'obtention de la marque « Qualité Tourisme » et définition d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) ;
- le partenariat avec le Conseil Départemental afin de permettre l'intégration du personnel au sein du bureau d'information touristique de la gare du Panoramique des Dômes ;
- la promotion de la destination : campagne d'affichage à Lyon, nouveaux supports papier ;
- le développement du volet digital avec la traduction en quatre langues étrangères du site web, dont les performances ont été accrues ;
- l'animation du réseau des socioprofessionnels ;
- la mise en place d'un comité de pilotage de la station thermale de Royat-Chamalières ;
- la signature d'une « Charte d'accueil congrès » entre les acteurs ressources du territoire.

Le conseil municipal, est sollicité pour prendre acte du rapport établi sur l'activité de la SPL Clermont Auvergne Tourisme au titre de l'exercice 2019, joint en annexe de la présente délibération.



RAPPORT ANNUEL DE LA SPL CLERMONT AUVERGNE TOURISME

EXERCICE 2019

Présentation au conseil municipal de la Ville de Clermont-Ferrand du 6 novembre 2019

SOMMAIRE

1 – Fiche signalétique de la SPL Clermont Auvergne Tourisme

2 – Synthèse des comptes annuels

3 – Synthèse des positions prises par les administrateurs

- 3.1 Les administrateurs ;
- 3.2 Décisions prises lors des Conseils d'administration 2019 ;
- 3.3 Participation des administrateurs aux Conseils d'Administration 2019 ;

4 – Annexes sur CD-Rom

Annexe 1 : Procès-verbaux des Conseils d'administration :

- Annexe 1.1 : procès-verbal du Conseil d'administration du 25 janvier 2019 ;
- Annexe 1.2 : procès-verbal du Conseil d'administration du 22 mars 2019 ;
- Annexe 1.3 : procès-verbal du Conseil d'administration du 21 juin 2019 ;
- Annexe 1.4 : procès-verbal du Conseil d'administration du 18 octobre 2019 ;
- Annexe 1.5 : procès-verbal du Conseil d'administration du 6 décembre 2019 ;

Annexe 2 : États financiers au 31/12/2019 ;

Annexe 3 : Rapport de gestion – exercice 2019 ;

Annexe 4 : Rapport annuel d'activités 2019 de la SPL Clermont Auvergne Tourisme ;

1 - Fiche signalétique de la SPL Clermont Auvergne Tourisme

ETAT CIVIL

Société Publique Locale Clermont Auvergne Tourisme

Siège social : Adresse administrative : N°RCS : Date de création : Objet social : Président : Directeur général : Commissaire aux comptes : Nombre de salariés fin 2018 :	Clermont Auvergne Métropole – Hôtel d'agglomération – 64-66 avenue de l'Union Soviétique – BP 231 – 63007 Clermont-Ferrand Cedex 1 Maison du Tourisme – Place de la Victoire – 63 000 Clermont-Ferrand 823 951 876 17/11/16 La mise en œuvre de la stratégie de valorisation et de développement touristique de ses actionnaires sur la base des quatre axes suivants : le tourisme d'affaires et des congrès, le tourisme urbain et cultural, le tourisme de santé et de bien être, le sport et les activités de pleine nature. La promotion touristique de la destination Clermont Auvergne Tourisme. <p style="text-align: center;">Roger GARDES Vincent GARNIER ORCOM 27</p>
---	---

ACTIONNARIAT

Capital social de

Actionnaires	Nombre d'actions détenues	Capital	%
Clermont Auvergne Métropole	18 000	180 000 €	60,00%
Ville de Clermont-Ferrand	6 000	60 000 €	20,00%
Ville de Royat	2 000	20 000 €	6,67%
Ville de Chamalières	2 000	20 000 €	6,67%
Département du Puy-de-Dôme	2 000	20 000 €	6,67%
TOTAL	30 000	300 000 €	100,00%
Nombre total d'administrateurs		15	
Dont représentants Clermont Auvergne Métropole		9	
Dont représentants la Ville de Clermont-Ferrand		3	
Dont représentants Ville de Royat		1	
Dont représentants Ville de Chamalières		1	
Dont représentants du Conseil départemental du Puy-de-Dôme		1	

JURIDIQUE

Conventions conclues avec la Ville de Clermont-Ferrand	Convention pour l'animation du patrimoine, la gestion de l'Espace Patrimoine et la participation à Effervescences.
--	--

FINANCIER

Financement apporté par la Ville de Clermont-Ferrand en 2019	41 667 € HT
Dernier résultat net comptable connu	5 894,00 €
Garanties d'emprunt	néant

2 - Synthèse des comptes annuels au 31/12/2019

SPL CLERMONT AUVERGNE TOURISME

Comptes annuels au 31 décembre 2019

Bilan simplifié		Compte de Résultat	
Actif	Total	Passif	Total
Immobilisations incorporelles	18 343	Capital social	300 000
Immobilisations corporelles	32 638	Réserves	
Immobilisations financières	7	Report à nouveau	-8 317
Total Actif immobilisé (I)	50 989	Résultat de l'exercice	5 894
Stocks et en-cours	39 406	Autres subventions d'investissement	
Créances d'exploitation	998 799	Capitaux propres (I)	297 577
Autres créances	86 706	Autres fonds propres (II)	
Avances et acomptes reçus		Provisions pour risques et charges (III)	252 425
Total Actif Circulant (II)	1 124 911	Emprunts et dettes	
Valeurs mobilières de placement		Fournisseurs et comptes rattachés	449 322
Disponibilités	25 774	Dettes fiscales et sociales	172 070
Charges constatées d'avance	30 418	Autres dettes	4 425
Total Trésorerie (III)	56 192	Avances et acomptes reçus	13 104
		Produits constatés d'avance	43 168
		Total dettes (IV)	682 091
Comptes de régularisations (IV)		Comptes de régularisations (V)	
TOTAL GENERAL (I+II+III+IV)	1 232 093	TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V)	1 232 093
		Total des produits d'exploitation	2 150 114
		Total des charges d'exploitation dont charges de personnel	2 138 793 1 239 149
		RÉSULTAT D'EXPLOITATION	11 320
		Total des produits financiers	1 305
		Total des charges financières	
		RÉSULTAT FINANCIER	1 305
		Total des produits exceptionnels	
		Total des charges exceptionnelles	3 302
		RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	-3 302
		Participation des salariés aux résultats	
		Impôts sur les bénéfices	3 428
		Perte supportée ou bénéfice transféré (-)	
		BÉNÉFICE OU PERTE	5 894

3 – Synthèse des positions prises par les administrateurs.

3.1 Administrateurs Ville

Délibérations du 30 septembre 2016 et du 20 juin 2019 :

- Madame Marion Canales,
- Madame Ferreira De Sousa,
- Consécutivement à la démission de Monsieur Pascal Guittard, en cours d'exercice, son remplacement est assuré par Madame Nicole Prieux (délibération du 20 juin 2019).

3.2 Décisions marquantes prises en Conseil d'Administration

Conseil d'administration du 25 janvier 2019 :

- les administrateurs adoptent le procès-verbal du conseil d'administration du 9 novembre 2018, ainsi que le code de procédures pour la passation des marchés publics ;
- les administrateurs désignent Mesdames Ferreira De Sousa et Pracros en tant que représentantes de la SPL au sein de la commission d'attribution des marchés ;
- les administrateurs valident l'augmentation de 0,6 ETP au sein du service réceptif consécutivement à un accroissement d'activités et au passage à temps partiel d'un agent ;
- les administrateurs se sont vus présenter l'avancée des projets en cours, ainsi que les résultats de l'enquête d'évaluation des clients 2018.

Conseil d'administration du 22 mars 2019 :

- les administrateurs adoptent le procès-verbal du 25 janvier 2019 ;
- les administrateurs votent les comptes annuels et le rapport de gestion 2018. Le résultat de l'exercice 2018 affiche un excédent de 10 575 € ;
- les administrateurs adoptent à l'unanimité la grille tarifaire des prix des visites guidées, les tarifs de gestion des dossiers congrès et les montants des packs partenaires ;
- les administrateurs approuvent le dépôt de dossier en vue du projet de réalité virtuelle au titre du programme HAPPY MONTANA. Les administrateurs décident également que le projet ne soit maintenu que dans l'hypothèse où les subventions s'élèvent à 50 % du montant global ;
- une présentation des actions en cours a été faite aux administrateurs.

Conseil d'administration du 21 juin 2019 :

- les administrateurs adoptent le procès-verbal du 22 mars 2019 ;
- le rapport d'activités 2018 est approuvé à l'unanimité ;
- les administrateurs valident la mise en place d'une ligne de trésorerie ;
- les administrateurs approuvent la charte d'accueil des congressistes s'adressant à des congrès d'au minimum 300 personnes ;
- les administrateurs autorisent à le Président à déposer le dossier de classement en catégorie 1 à Clermont Auvergne Métropole ;
- les administrateurs approuvent les tarifs des animations 2019 ;
- les administrateurs valident la poursuite du projet d'adaptation de la visite du centre historique de Clermont-Ferrand aux personnes en situation de handicap visuel, auditif et mental.

Conseil d'administration du 18 octobre 2019 :

- les administrateurs adoptent le procès-verbal du 21 juin 2019 ;
- consécutivement à la démission de Monsieur Guittard, les représentants de la Ville de Clermont-Ferrand sont désormais : Madame Nicole Prieux au Conseil d'administration, Madame Ferreira de Sousa à l'Assemblée générale ;
- un premier bilan de la saison touristique estivale, selon une enquête réalisée par l'observatoire de tourisme, a été présenté ;
- les administrateurs approuvent le lancement d'une procédure de recrutement consécutivement au départ d'un agent mis à disposition par Clermont Auvergne Métropole.
- les administrateurs approuvent un recrutement sous forme de contrat de professionnalisation afin d'assurer le suivi des données touristiques ;
- les administrateurs approuvent la signature d'une convention avec le CNAS afin que les employés de la SPL puissent bénéficier de tarifs préférentiels ;
- les tarifs 2020 du pack partenaires sont approuvés par les administrateurs d'un niveau équivalent à celui de 2019 ;
- un point budgétaire et un état d'avancement des dossiers en cours ont été présentés.

Conseil d'administration du 6 décembre 2019 :

- les administrateurs adoptent le procès-verbal du 18 octobre 2019 ;
- les administrateurs approuvent à l'unanimité le rapport annuel 2018 des administrateurs ;
- les administrateurs approuvent à l'unanimité le projet budgétaire 2020 ;
- le plan d'actions 2020 est approuvé avec les actions suivantes : recrutement d'un cadre à mi-temps, mise en place d'une comptabilité analytique, problématique d'adaptation des locaux à Clermont et à Royat, nouvelle stratégie commerciale, préconisations dans le cadre du schéma d'accueil et de diffusion de l'information touristique, actions digitales et animation des filières ;
- les administrateurs approuvent à l'unanimité la convention entre le Conseil Départemental et Clermont Auvergne Tourisme portant sur la mise à disposition de personnel SPL à la Maison de site du Puy-de-Dôme ;
- les administrateurs approuvent à l'unanimité les tarifs « gestion des congrès » 2020.

3.3 Participation des élus aux Conseils d'Administration en 2019

Taux de participation des administrateurs de la Ville de Clermont-Ferrand, mandataires de la collectivité en 2019 : 87%.

DELIBERATION

Le Conseil Municipal prend acte de ce rapport.
Pour ampliation certifiée conforme.

Fait à Clermont-Ferrand, le 17 NOV. 2020
Pour Le Maire, et par délégation,
La Première Adjointe,



Marion CANALÈS



PROCES-VERBAL
CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SPL
CLERMONT AUVERGNE TOURISME
25 JANVIER 2019

Le 25 janvier 2019 à 14 heures, les administrateurs désignés dans les statuts se sont réunis en conseil, au siège de la société, sur convocation faite le 10 janvier 2019 par M. Roger Gardes, son Président.

Sont présents :

Les administrateurs représentant Clermont Auvergne Métropole :

- Mme BELLEROSÉ Martine
- M. DARTEYRE René
- Mme FAUCHER Martine
- M. GARDES Roger
- Mme LELIEVRE Chantal
- M. MORVAN Jean-Marc
- Mme PRACROS Claude
- Mme ROGUE-SALLARD Dominique

Les administrateurs représentant la Ville de Clermont-Ferrand :

- Mme FERREIRA DE SOUSA Manuela
- M. GUITTARD Pascal

L'administrateur représentant la Ville de Chamalières :

- Mme COURTADON Monique

L'administrateur représentant la Ville de Royat :

- M. ALEDO Marcel

Personnalités extérieures :

- M. GARNIER Vincent, Directeur Général de la SPL Clermont Auvergne Tourisme
- Mme DELAS Virginie, Directrice Générale Adjointe de la SPL Clermont Auvergne Tourisme
- Mme VALLS Magali, Service Tourisme Clermont Auvergne Métropole

Sont absents et représentés :

- M. RAGE François, donne pouvoir à Monsieur GARDES Roger
- M. PICHOT Serge, donne pouvoir à Monsieur GUITTARD Pascal

SPL Clermont Auvergne Tourisme

Office de Tourisme Métropolitain
Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33(0)4 73 98 65 00
secretariat-tourisme@clermont-fd.com

Il est constaté que 14 administrateurs sur les 15 membres composant le Conseil d'Administration sont présents ou représentés, et qu'en conséquence le quorum étant atteint, le conseil peut valablement délibérer sur les questions de l'ordre du jour suivant :

- Adoption du procès-verbal du Conseil d'Administration du 9 novembre 2018
- Adoption définitive du code de procédures pour la passation de marchés publics
- Composition de la commission d'attribution des marchés
- Point sur les actions en cours
- Recrutement d'un renfort au Pôle commercial
- Bilan qualité 2018 : retour sur l'évaluation de la satisfaction de nos clients
- Questions diverses

1) Adoption du procès-verbal du Conseil d'Administration du 9 novembre 2018

Les administrateurs ont préalablement pris connaissance du procès-verbal du Conseil d'Administration du 9 novembre et **l'adoptent à l'unanimité.**

2) Adoption définitive du code de procédures pour la passation de marchés publics

Monsieur GARNIER revient sur la rédaction du code de procédures pour la passation des marchés publics. Une erreur a été constatée dans le texte (page 3) concernant les montants des marchés inférieurs à 3 000 € ; il y était inopportunément fait référence au montant de 5 000 €. L'erreur ayant été rectifiée, **les administrateurs approuvent à l'unanimité ce code des procédures pour la passation de marchés publics.**

3) Composition de la Commission d'Attribution des Marchés

Lors du précédent Conseil d'Administration, Mesdames PRACROS et FAUCHER ont été désignées pour siéger à la Commission d'Attribution des Marchés ; or ces deux administratrices l'ont été au titre de Clermont Auvergne Métropole, ce qui n'est pas prévu dans le code de procédures de passation de marchés publics : **« 2 administrateurs de la SPL (ne représentant pas la même collectivité) désignés par le Conseil d'Administration de la SPL ».**

Dans ces conditions, les administrateurs doivent modifier leurs choix.

Ces derniers désignent à l'unanimité Mesdames FERREIRA DE SOUSA et PRACROS.

Cette commission sera convoquée pour la 1^{ère} fois le 25 février à 14h00.

Pour favoriser la constitution du quorum requis, Monsieur GUITTARD soumet la proposition de désigner des suppléants ; cette possibilité pourrait être envisagée mais elle nécessiterait obligatoirement la modification du règlement intérieur qui a été adopté.

4) Point sur les actions en cours

Vincent GARNIER, Directeur général, et Virginie Delas, Directrice générale adjointe, reviennent sur les actions en cours :

- Le volet informatique et téléphonie (en cours de finalisation)
- La création de nouveaux documents (le guide du partenaire, le document d'appel trilingue, les plans sous-mains) et la reconduction de documents existants (le guide des hébergements thermaux) ;
- La présence de l'Office de Tourisme métropolitain sur des salons thématiques (thermalisme, randonnée, salon professionnel...)

Une question est posée concernant l'organisation d'un salon thermal à Clermont. Il est expliqué qu'il semble plus opportun d'être présent sur d'autres métropoles françaises pour attirer des clientèles extérieures au bassin de proximité afin de développer l'économie touristique de la station thermale (hébergements, commerces, animations...).

Vincent Garnier met l'accent sur les nouveautés 2019, le classement Unesco qui est mis en valeur sur nos visuels et dans nos communications sur les salons, ainsi que la candidature « Clermont-Ferrand, candidate pour la capitale européenne de la culture ».

Monsieur GUITTARD souligne que le coût d'un salon reste élevé pour un retour sur investissement qui est parfois plus limité que des opérations de communication sur internet. C'est la raison pour laquelle les salons choisis par Clermont Auvergne Tourisme sont non seulement ciblés, mais également effectués en collaboration avec nos partenaires (puy de dôme, TC Dôme, Thermes de Royat, Route des Villes d'eaux...).

- L'organisation d'une campagne de communication sur la métropole lyonnaise, qui se traduira par un important affichage urbain, la mise en place d'un site internet dédié, ainsi qu'un workshop congrès ;
- La création d'une nouvelle vidéo promotionnelle automnale réalisée par la blogueuse Jessica Pommier, déjà sollicitée pour une précédente vidéo ;
- La déclinaison du site internet en 5 langues étrangères, dont prioritairement l'anglais et le néerlandais ;
- La création d'un web guide consacré à la musique à Clermont, en collaboration avec le festival Europavox (Muzicity) ;
- L'organisation des 2emes rencontres du tourisme métropolitain, dont la date retenue par le Président est le 23 mai et le thème : « Clermont Auvergne Métropole : une destination touristique internationale ? » ;
- La mise en place d'un accueil touristique en Maison de site du puy de Dôme assuré par le personnel office de tourisme (1,5 ETP), sur une période d'avril à novembre ;
- Le partenariat avec le Département portant sur le volet UNESCO et la destination Auvergne, pour lesquels l'Office de Tourisme métropolitain pourrait jouer son rôle de commercialisateur.

5) Recrutement d'un renfort au Pôle commercial

Le Directeur général aborde l'organisation du service réceptif (groupes et visites guidées) et les besoins humains nécessaires pour faire face aux nouvelles exigences juridiques et commerciales de la structure.

Rappel de la situation :

Emilie BOURDUT a bénéficié de 3 CDD à l'Office de Tourisme métropolitain en raison tout d'abord d'un accroissement d'activités au pôle commercial (service réceptif et bureau des congrès) ; ensuite en remplacement de Carole BOUCHY, agent de réservation au service réceptif (congés maternité puis parental).

- CDD du 18 avril au 17 novembre 2017 ayant pour objet de renforcer le service des visites guidées et le Bureau des congrès en raison d'un accroissement d'activités
- CDD du 2 janvier 2018 au 25 juin 2018, remplacement temporaire de Mme Carole BOUCHY pendant son absence pour cause de congé de maternité
- CDD du 26 juin 2018 au 7 janvier 2019, remplacement temporaire de Mme Carole BOUCHY durant son congé parental

Carole BOUCHY a repris son poste depuis le 7 janvier dernier. Demeurant à Olliergues et souhaitant consacrer du temps à l'éducation de son 1^{er} enfant, celle-ci a formulé une demande de diminution de son temps de travail à 60 % (contre 100 % avant son départ), répartis sur 3 jours. Sa demande a été acceptée.

Cela ne va donc pas sans poser de réels problèmes d'organisation au sein d'un service (réceptif) en sous-effectif récurrent depuis plusieurs années (problème existant déjà lorsque l'Office de Tourisme de Clermont-Ferrand était associatif).

Justificatifs du surcroît d'activités du service réceptif :

- Surcroît d'activité en début d'année 2019 avec la gestion de l'appel d'offres et les conséquences qui vont en découler en matière de dévolution des prestations
- Définition des prix de vente 2019, montage de produits et édition de la brochure groupes 2019 français / anglais (avant fin février)
- Formation et déploiement du logiciel INGENIE / Mise à jour des plannings des Guides-Conférenciers / Paramétrage des prix 2019 et du volet « statistiques et comptabilité »
- Gestion des retards sur les devis et contrats clients 2019
- Accroissement de la demande liée à la commercialisation de l'inscription Unesco de la Chaîne des Puys – faille de Limagne (dans le cadre du projet de partenariat avec le Conseil départemental du Puy-de-Dôme)
- Suivi de la qualité (démarche de classement de l'Office de Tourisme métropolitain)
- Besoin de renforcer les moyens humains consacrés à l'accueil de journalistes, dont le nombre a été multiplié ces derniers mois en raison de l'inscription UNESCO.

Pour compenser les 40% manquantes et faire face au surcroît d'activités, le Conseil d'Administration du 9 novembre 2018 a entériné le financement d'un ETP sur le budget 2019 (*Extrait du PV : « Intégration d'un poste à temps complet au service réceptif et visites guidées pour compensation du temps partiel de Carole BOUCHY et accroissement d'activités : nouveau cadre juridique des relations avec les guides-conférenciers, mise en œuvre de l'outil INGENIE... »*)

Les administrateurs sont conscients de la nécessité d'adapter les moyens humains (1,6 ETP à ce jour) de ce service et donnent à l'unanimité le pouvoir au Directeur général de prendre les décisions nécessaires pour assurer l'équilibre budgétaire en 2020, notamment par le renforcement des actions commerciales.

Monsieur Garnier procédera donc au recrutement de Mademoiselle Emilie BOURDUT, dont les qualités et les compétences sont très largement reconnues. Il adressera un courrier au Président de la Métropole pour l'en informer, ainsi que précisé dans la convention de délégation de service public, en argumentant cette décision.

6) Bilan qualité 2018 : retour sur l'évaluation de la satisfaction de nos clients

Madame DELAS fait le point sur la démarche qualité engagée déjà depuis plusieurs mois en vue de l'obtention de la marque Qualité Tourisme, dont l'audit est imminent.

Elle souhaite profiter de la présence des administrateurs pour leur faire part des retours des visiteurs sur certains points internes ou externes à l'Office de tourisme.

L'ensemble des administrateurs est très attentif à ces remarques, qui sont pour la plupart justifiées mais dont certaines sont complexes à traiter.

7) Questions diverses

L'Office de Tourisme métropolitain s'est positionné pour participer à un programme d'Investissement d'Avenir nommé HAPPY MONTANA, porté par MACEO et coordonné par la Route des Villes d'eaux du Massif Central ; il porte sur la mise en place d'outils numériques immersifs permettant une découverte moderne et digitale de notre destination.

Les équipes de la SPL ont imaginé la création de 2 à 3 films en réalité virtuelle avec l'aménagement d'espaces pour pouvoir les consulter. Cette opération serait cofinancée à 50%. Le dossier a été déposé, il est en cours d'étude.

Le Président Roger GARDES tient par ailleurs à souligner l'effort consenti par la Ville de Clermont pour l'achat de prestations à hauteur de 50 000 € pour l'année 2019, et non 45 000 € comme envisagé dans le précédent Conseil d'Administration.

Monsieur GARNIER informe les administrateurs qu'il s'est rapproché de Bruno INCABY, (Direction Emploi – Insertion - Solidarité de Clermont Auvergne Métropole) afin de mettre en place les 2275 heures d'insertion des publics prioritaires comme définis dans la DSP. Un projet plus ambitieux pourrait voir le jour dans un deuxième temps.

La situation de Madame Marie-Christine GROMOND est en cours de résolution. Une négociation est en cours entre celle-ci et la Direction générale afin d'en permettre rapidement une issue favorable pour les intérêts de la SPL.

Le prochain conseil d'administration se tiendra le 22 mars de 14h00 à 17h00.

L'ensemble des points ayant été abordés, le Président clôt la séance.

Le Président Roger GARDES



Un administrateur



**PROCES-VERBAL
CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SPL
CLERMONT AUVERGNE TOURISME
22 MARS 2019**

Le 22 mars 2019 à 14 heures, les administrateurs désignés dans les statuts se sont réunis en conseil, au siège de la société, sur convocation faite le 11 mars 2019 par M. Roger Gardes, son Président.

Sont présents :

Les administrateurs représentant Clermont Auvergne Métropole :

- Mme BELLEROSE Martine
- M. DARTEYRE René
- Mme FAUCHER Martine
- M. GARDES Roger
- M. MORVAN Jean-Marc
- Mme PRACROS Claude
- Mme ROGUE-SALLARD Dominique

Les administrateurs représentant la Ville de Clermont-Ferrand :

- Mme FERREIRA DE SOUSA Manuela
- M. GUITTARD Pascal

L'administrateur représentant la Ville de Chamalières :

- Mme COURTADON Monique

L'administrateur représentant la Ville de Royat :

L'administrateur représentant le Conseil départemental du Puy-de-Dôme :

Personnalités extérieures :

- M. GARNIER Vincent, Directeur Général de la SPL Clermont Auvergne Tourisme
- Mme DELAS Virginie, Directrice Générale Adjointe de la SPL Clermont Auvergne Tourisme
- Mme Sandrine RIGAUD, Responsable Service financier et contrôle de gestion - SPL
- Mme VALLS Magali, Service Tourisme Clermont Auvergne Métropole

SPL Clermont Auvergne Tourisme

Office de Tourisme métropolitain
Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33(0)4 73 98 65 00
info@clermontauvergneturisme.com
clermontauvergneturisme.com

Sont absents et représentés :

- M. ALEDO Marcel, donne pouvoir à Mme Claude PRACROS
- Mme LELIEVRE Chantal, donne pouvoir à Mme Martine BELLEROSE
- M. PICHOT Serge, donne pouvoir à M. Roger GARDES
- M. RAGE François, donne pouvoir à M. Pascal GUITTARD

Sont absents excusés :

- Mme CANALES Marion

Il est constaté que 14 administrateurs sur les 15 membres composant le conseil d'administration sont présents ou valablement représentés, et qu'en conséquence le quorum étant atteint, le conseil peut valablement délibérer sur les questions de l'ordre du jour suivant :

- Adoption du compte-rendu du Conseil d'Administration du 25 janvier 2019
- Présentation de l'arrêté des comptes et du rapport de gestion 2018
- Validation du tarif des visites guidées groupes et individuels et de la tarification des dossiers congrès et des Packs partenaires
- Validation du projet de réalité virtuelle présenté par la SPL au titre du programme HAPPI MONTANA
- Point sur les actions en cours

1) Adoption du compte-rendu du Conseil d'Administration du 25 janvier 2019

Les administrateurs approuvent à l'unanimité le procès-verbal du 25 janvier 2019.

Le prochain Conseil d'administration est prévu le vendredi 21 juin à 15h30. L'Assemblée générale se tiendra à la suite de ce Conseil d'administration.

Un comité des risques sera organisé courant juin avant l'assemblée générale.

2) Présentation de l'arrêté des comptes et du rapport de gestion 2018

Le résultat d'exploitation est de 105 874€, en hausse de 45.2% par rapport à l'exercice 2017.

Le résultat de l'exercice est de 10 575 €, en baisse de 81.20% par rapport à l'exercice 2017. Ceci est dû aux actions de communication non menées en 2017 et effectives en 2018.

Les charges de personnel sont en augmentation du fait du départ de Mme Graive, d'un départ à la retraite et d'une provision d'indemnité de rupture conventionnelle dans le cadre d'un litige en cours en 2018.

La trésorerie de fin d'exercice s'élevant à 1 041 500 €, il a été précisé que celle-ci permettra de couvrir les dépenses du premier semestre 2019 (étant donné que la subvention versée par la métropole, dans le cadre de la DSP, est versée au semestre échu).

Les administrateurs votent à l'unanimité l'arrêté des comptes selon la présentation faite au cours de ce Conseil d'administration.

Le rapport de gestion est voté à l'unanimité.

Monsieur Alibert, Expert-comptable de Clermont Auvergne Tourisme, précise qu'il faut apurer le report à nouveau, l'affectation du résultat, bénéfice de l'exercice 2018 s'élevant à 10 575 €, est affecté dans le compte report à nouveau. Celui-ci devient débiteur pour un solde de 8 318 €.

3) Validation du tarif des visites guidées groupes et individuels et de la tarification des dossiers congrès et des Packs partenaires

Conséquence de l'appel d'offres intéressant les guides-conférenciers, une grille tarifaire des prix des visites guidées est soumise aux administrateurs.

De même, les tarifs de gestion des dossiers congrès sont soumis aux votes. Ces tarifs sont inchangés par rapport à ceux pratiqués en 2018.

Enfin, les montants des packs partenaires, également inchangés, sont proposés aux votes des administrateurs. Ces packs doivent faire l'objet d'une réflexion à la demande de la collectivité.

Les tarifs sont adoptés à l'unanimité.

4) Validation du projet de réalité virtuelle présenté par la SPL au titre du programme HAPPY MONTANA

Vincent Garnier présente le projet aux administrateurs. Monsieur Gardes souligne que nous ne sommes pas les seuls à nous intéresser à cette opportunité d'accompagnement financier.

Les administrateurs sont favorables au dépôt du dossier et au plan de financement.

Ils désignent Maceo comme porteur de projet et autorisent le Président de la SPL à signer la lettre d'engagement.

Ils approuvent l'adhésion à Macéo.

Les administrateurs décident également que le projet ne soit maintenu que dans l'hypothèse où les subventions s'élèvent à 50% du montant global.

5) Point sur les actions en cours

De nombreuses actions en cours de finalisation ou terminées à cette date sont abordées :

- Certaines éditions sont finalisées pour la saison touristique à venir. Elles sont présentées à l'assemblée.
- En matière de commercialisation, un travail de remise à plat des conditions générales de vente est en cours pour être en conformité avec l'évolution de la réglementation en vigueur. Parallèlement, une Assistance à Maitrise d'Ouvrage (AMO) a été organisée pour mener une réflexion sur la commercialisation et l'ensemble des outils dont disposent l'Office de Tourisme métropolitain. Vincent Garnier souhaite qu'une restitution soit faite aux professionnels à travers un comité technique.
- De nombreux accueils presse ont eu lieu en ce début d'année et deux émissions TV seront tournées en mai (Echappée Belle et météo à la carte).
- Les versions Allemande et espagnol du site vont être mise en ligne à la fin du mois de mars.
- De nouvelles vidéos promotionnelles avec la bloggeuse Jessica ont été tournées.
- L'Office de Tourisme métropolitain va être présent aux salons « Rendez-vous en France » (Salon professionnel), au « Salon des randonneurs » à Lyon et au salon « Green France » à Vichy
- Le service congrès organise un éductour pour les professionnels MICE et la charte d'accueil congressistes devrait être signée prochainement. Les 2èmes Rencontres du Tourisme métropolitain sont, quant à elles, en préparation.
- En matière d'animations, les visites guidées et les animations thermales sont en cours de création.
- Roger Gardes et Vincent Garnier reviennent sur leurs participations aux Rencontres internationales du réseau des Villes Michelin. Monsieur Gardes aborde également sa participation à l'Assemblée générale de l'association EHTTA. Un espace pour valoriser notre appartenance à EHTTA sera déterminé afin d'apposer la plaque remise à cette occasion.
- Le SADI, Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique devrait se faire au cours de l'été. Le cahier des charges est d'ores et déjà diffusé.
- L'office de Tourisme métropolitain a été classé catégorie 3 ; nous devons désormais présenter le dossier de classement catégorie 1.
- La Maison de site du Puy de Dôme a été aménagée. L'office doit embaucher deux collaborateurs pour tenir le point d'information (soit l'équivalent e 1,5 ETP).
- Concernant l'activité thermale, une proposition a été soumise aux deux communes concernées.

- Vincent Garnier revient sur l'opération de communication à Lyon. Une campagne d'affichage, via le réseau Decaux, a été programmée à laquelle trois partenaires ont contribué à hauteur de 2000 € chacun. Monsieur Guittard s'interroge sur l'évaluation de cette opération, sur les éventuels moyens mis en œuvre pour en estimer les retours (notoriété, audiences sur le site, retombées commerciales). Il regrette que cette évaluation n'ait pas été anticipée pour servir de référence pour les campagnes à venir.

Après avoir indiqué qu'un tel travail demande des moyens que ne permettait pas forcément le budget affecté à cette opération, Vincent Garnier précise qu'un travail de constitution d'une observation du tourisme à l'échelle du pôle métropolitain est actuellement engagé sous l'égide de l'Agence d'urbanisme (et en partenariat avec le CRT Auvergne – Rhône – Alpes).

L'ensemble des points ayant été abordés, le Président clôt la séance.

Le Président Roger GARDES

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by several horizontal strokes.

Un administrateur

A handwritten signature in black ink, featuring a complex, abstract shape with a prominent loop and a long horizontal stroke at the bottom.

PROCES-VERBAL
CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SPL
CLERMONT AUVERGNE TOURISME
21 JUIN 2019

Le 21 juin 2019 à 15 heures 30, les administrateurs désignés dans les statuts se sont réunis en conseil, au siège de la société, sur convocation faite le 7 juin 2019 par M. Roger Gardes, son Président.

Sont présents :

Les administrateurs représentant Clermont Auvergne Métropole :

- Mme BELLEROSSE Martine
- Mme FAUCHER Martine
- M. GARDES Roger
- Mme LELIEVRE Chantal
- M. MORVAN Jean-Marc
- Mme ROGUE-SALLARD Dominique

Les administrateurs représentant la Ville de Clermont-Ferrand :

- Mme CANALES Marion
- Mme FERREIRA DE SOUSA Manuela

L'administrateur représentant la Ville de Chamalières :

- Mme COURTADON Monique

L'administrateur représentant le Conseil départemental du Puy-de-Dôme :

- M. PICHOT Serge

Sont absents et représentés :

- M. DARTEYRE René, donne pouvoir à M. GARDES Roger
- M. RAGE François, donne pouvoir à Mme ROGUE-SALLARD Dominique

Sont absents :

- Mme PRACROS Claude
- M. ALEDO Marcel

Personnalités extérieures :

- M. GARNIER Vincent, Directeur Général de la SPL Clermont Auvergne Tourisme
- Mme DELAS Virginie, Directrice Générale Adjointe de la SPL Clermont Auvergne Tourisme
- Mme RIGAUD Sandrine, Responsable service financier et contrôle de gestion de la SPL Clermont Auvergne Tourisme

SPL Clermont Auvergne Tourisme

Office de Tourisme Métropolitain
Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33(0)4 73 98 65 00
secretariat-tourisme@clermont-fd.com

- M. MARTINEZ Lionel, Directeur Général Adjoint de Clermont Auvergne Métropole
- Mme GODEBOUT Sandrine, Directrice Tourisme et Relations Internationales de Clermont Auvergne Métropole
- Mme VALLS Magali, Service Tourisme Clermont Auvergne Métropole

Il est constaté que 12 administrateurs sur les 15 membres composant le conseil d'administration sont présents ou valablement représentés, et qu'en conséquence le quorum étant atteint, le conseil peut valablement délibérer sur les questions de l'ordre du jour suivant :

- Validation du PV du CA du 22 mars 2019
- Approbation du rapport d'activités 2018
- Compte-rendu de la tenue du Comité des risques
- Adoption d'une ligne de trésorerie
- Adoption de la Charte d'accueil congressistes
- Autorisation du Président de déposer le dossier de classement catégorie 1 à la CAM
- Adoption des tarifs 2019
- Présentation du projet d'adaptation du centre historique de Clermont-Ferrand aux personnes en situation de handicap
- Questions diverses

1 – Validation du compte-rendu du Conseil d'administration du 22 mars 2019

Le procès-verbal du Conseil d'Administration du 22 mars 2019 est approuvé à l'unanimité.

2 – Approbation du rapport d'activités 2018

Vincent Garnier et Virginie Delas présentent le rapport d'activités 2018.

Manuela Ferreira de Sousa interroge Vincent Garnier sur la valorisation de la candidature de Clermont-Fd au titre de Capitale Européenne de la culture 2028.

Vincent Garnier souligne que la SPL est mobilisée sur ce dossier et qu'il est lui-même partie prenante des réflexions menées par la Métropole et la Ville à ce sujet. La question de l'utilisation de la signature spécifique à ce projet est en attente de réponse mais cette candidature est d'ores et déjà intégrée dans l'ensemble de nos supports de communication.

Concernant le dossier UNESCO, Lionel Martinez précise qu'un nouveau coordinateur a été recruté par le Conseil département ; il s'agit de Pierre Jal (ancien directeur de Thermauvergne).

Lionel Martinez revient sur le rapport d'activités ; il souhaiterait connaître les raisons de la baisse de fréquentation de la Maison du Tourisme, place de la Victoire. Vincent Garnier précise que la saison touristique 2018 n'a pas été exceptionnelle (à l'instar de nombreuses

autres destinations) et que cette fréquentation en est la conséquence. Il indique, en outre, que ce lieu nécessiterait certainement de nouveaux travaux pour les rendre plus attractifs.

Concernant la diffusion des documentations, Lionel Martinez propose d'associer les chefs d'entreprises locaux. Serge Pichot souligne que le réseau des DCF peuvent être un relais porteur. Cette idée sera étudiée prochainement par la SPL.

Les administrateurs adoptent le rapport d'activités 2018.

3 - Compte-rendu de la tenue comité des risques

Cette instance s'est réunie le 6 juin dernier.

Les avis et recommandations formulés par ce comité sont présentés aux administrateurs.

4 - Adoption d'une ligne de trésorerie

Les administrateurs adoptent à l'unanimité la mise en place d'une ligne de trésorerie aux conditions présentées au cours de ce conseil d'administration.

5 - Adoption de la charte d'accueil congressistes

Vincent Garnier revient sur l'historique de ce projet et en présente ses objectifs, ses critères d'éligibilité, sa durée et ses signataires.

Il souligne que les commerçants pourraient être associés ultérieurement au projet, une fois que leurs engagements seront préalablement définis. Manuela Ferreira apprécie l'implication à venir de la CCI mais souhaiterait que la Chambre des Métiers et de l'Artisanat soit également associée. Marion Canales revient sur l'engagement mentionné page 2 « Mettre en relation l'organisateur avec des prestataires locaux sélectionnés » et s'interroge sur les critères de sélection des prestataires qui peut s'avérer délicate. Celle-ci souligne qu'il faudrait peut-être associer l'UCA qui accueille souvent des séminaires.

Vincent Garnier signale que cette charte porte sur des congrès d'au minimum 300 personnes ; les partenaires sont donc bien identifiés. Il s'interroge néanmoins sur le positionnement actuel de la SPL en matière de MICE qui devrait sans doute avoir à l'avenir une approche plus segmentée pour répondre aux attentes des clients. Cette charte est donc un premier travail et concerne les « grands congrès », importants générateurs de chiffre d'affaires (notamment pour l'hôtellerie). Une réflexion sera nécessaire pour l'accueil des séminaires et pourra être portée dès 2020.

Marion Canales souhaite qu'au nom de la ville de Clermont-Fd, cette démarche ait une dimension sociale et vertueuse. Vincent Garnier précise que les équipes de la SPL sont sensibilisés à cette dimension et qu'il est envisagé de porter une démarche de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) en son sein.

Les administrateurs approuvent à l'unanimité la charte des congressistes.

6 - Autorisation du Président de déposer le dossier de classement catégorie 1 à Clermont Auvergne métropole

Les administrateurs autorisent à l'unanimité le Président à déposer le dossier catégorie 1.

7 - Adoption des tarifs 2019 - pièces jointes

Sandrine Godebout demande pourquoi les tarifs des animations thermales ont été augmentés. Virginie Delas justifie cette hausse par les augmentations de tarifs provenant des prestataires (bus, visites, restaurants). Elle explique en outre que ces tarifs comprennent le bus, l'accompagnement de deux salariées de la SPL, la restauration et les visites et que ces tarifs couvrent juste les frais générés.

Sandrine Godebout souhaite également savoir si une étude a été menée dans d'autres villes pour définir les tarifs des billetteries extérieures. Vincent Garnier précise que les tarifs sont disparates, qu'aucune étude spécifique n'a été menée mais que ce coût est essentiellement fixé pour compenser à minima le temps consacré par nos équipes afin d'apporter un service qualifié à des organisateurs (hors quota Métropole) qui nous en font la demande, sans pour autant rendre ce service inaccessible financièrement.

Les administrateurs approuvent à l'unanimité les tarifs 2019.

8 - Présentation du projet d'adaptation de la visite du centre historique de Clermont-Fd aux personnes en situation de handicap visuel, auditif ou mental

L'association Braille et Culture est invitée à présenter ses actions en lien avec l'accueil des clientèles déficientes visuelles, sonores et mentales.

Suite à la présentation effectuée par Sandrine Ramery au titre de cette association, Sandrine Godebout précise que le circuit touristique du centre de Clermont aurait besoin d'être revu et refait. Elle s'interroge également sur la signalétique, compétence de la Métropole.

Une question subsiste concernant la position de Monsieur Pichot, à la fois administrateur de la SPL et directeur de l'association Braille et Culture. La SPL étant soumise aux codes des marchés publics, il lui faut préalablement s'assurer que cette situation ne pose pas de difficulté quant à la poursuite de ce projet.

Le budget relatif à l'accompagnement de l'association dans le cadre du projet d'adaptation de la visite du centre historique de Clermont aux personnes en situation de handicap visuel, auditif ou mental s'élèverait à 17 000 euros ; cette prestation comprend la médiation, la formation et la promotion. Seuls 30% de cette somme seraient à la charge de la SPL.

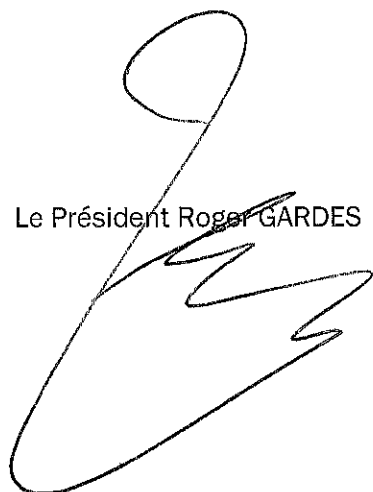
Monsieur Pichot ne prend pas part au vote.

Les administrateurs sont favorables à l'unanimité à la poursuite de ce projet qui sera à l'ordre du jour d'un prochain Conseil d'Administration.

9 - Questions diverses

Les administrateurs n'ont pas de questions complémentaires.

L'ensemble des sujets ayant été abordé, le Président clôt la séance.



Le Président Roger GARDES



Un administrateur



**PROCES-VERBAL
CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SPL
CLERMONT AUVERGNE TOURISME
18 octobre 2019**

Le 18 octobre 2019 à 14 heures 30, les administrateurs désignés dans les statuts se sont réunis en conseil, au siège de la société, sur convocation faite le 3 octobre 2019 par M. Roger Gardes, son Président.

Sont présents :

Les administrateurs représentant Clermont Auvergne Métropole :

- Mme BELLEROSÉ Martine
- M. DARTEYRE René
- Mme FAUCHER Martine
- M. GARDES Roger
- M. MORVAN Jean-Marc
- Mme PRACROS Claude
- Mme ROGUE-SALLARD Dominique

Les administrateurs représentant la Ville de Clermont-Ferrand :

- Mme FERREIRA DE SOUSA Manuela
- Mme PRIEUX Nicole

L'administrateur représentant la Ville de Chamalières :

- Mme COURTADON Monique

L'administrateur représentant le Conseil départemental du Puy-de-Dôme :

- M. PICHOT Serge

Les personnalités extérieures :

- M. GARNIER Vincent, Directeur Général - Clermont Auvergne Tourisme
- Mme DELAS Virginie, Directrice Générale Adjointe - Clermont Auvergne Tourisme
- Mme RIGAUD Sandrine – Responsable financière – Clermont Auvergne Tourisme
- M. MARTINEZ Lionel, Directeur Général Adjoint - Clermont Auvergne Métropole
- Mme GODEBOUT Sandrine, Directrice Tourisme et Relations Internationales - Clermont Auvergne Métropole

Sont absents et représentés :

- Mme CANALES Marion pouvoir à Mme FERREIRA DE SOUSA
- Mme LELIEVRE Chantal pouvoir à M. DARTEYRE
- M. RAGE François pouvoir à M. GARDES
- M. ALEDO Marcel pouvoir à Mme PRACROS

SPL Clermont Auvergne Tourisme

Office de Tourisme Métropolitain
Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33(0)4 73 98 65 00
secretariat-tourisme@clermont-fd.com

Il est constaté que 15 administrateurs sur les 15 membres composant le conseil d'administration sont présents ou valablement représentés, et qu'en conséquence le quorum étant atteint, le conseil peut valablement délibérer sur les questions de l'ordre du jour suivant :

- Validation de compte-rendu du Conseil d'Administration du 21 juin 2019 ;
- Modification de la composition du Conseil d'Administration de la SPL ;
- Bilan de la saison touristique estivale ;
- Gestion des Ressources humaines :
 - Remplacement d'un poste de Conseiller(e) en séjour (départ à la retraite) ;
 - Mise en œuvre de la Clause relative à l'insertion par l'économique (article 14 du contrat de Délégation de Service Public) ;
- Projets de conventions ;
- Adoption de tarifs : Packs partenaires 2020 ;
- Point budgétaire ;
- Point sur les dossiers en cours ;
- Questions diverses.

1. Validation du compte-rendu du conseil d'administration du 21 juin 2019

Les administrateurs approuvent à l'unanimité le procès-verbal du Conseil d'administration du 21 juin 2019.

2. Modification de la composition du Conseil d'Administration de la SPL

En raison de la démission de Monsieur Pascal Guittard, représentant la ville de Clermont – Ferrand, Madame Nicole Prioux siègera dorénavant au Conseil d'Administration et Madame Manuela Ferreira de Sousa à l'Assemblée Générale de la SPL.

3. Bilan de saison touristique estivale

Une enquête de conjoncture a dressé la 1^{ère} tendance de la saison touristique estivale 2019 ; elle est une réalisation de l'observatoire du tourisme créé en mars 2019 et animé par l'Agence d'Urbanisme. Cet observatoire du tourisme est une plateforme multi-partenariale autour de 4 EPCI (Clermont Auvergne Métropole, Vichy Communauté, Riom Limagne et Volcans et Mond'Arverne Communauté) et des principaux acteurs du tourisme (Auvergne Rhône Alpes Tourisme, Offices de Tourisme intercommunaux, CCI du Puy-de-Dôme, Allier Tourisme, Conseil Départemental du Puy-de-Dôme...).

Les objectifs de cette plateforme sont la mise en réseau et l'échange, la production et le partage de la connaissance touristique, une expertise au service de l'action publique pour le développement territorial.

Cette enquête de conjoncture a été réalisée (du 20 au 23 août) par le Comité Régional du Tourisme (CRT) Auvergne – Rhône – Alpes. Elle dresse un pré-bilan de l'activité touristique estivale et fait le point sur les prévisions de fréquentation pour septembre à travers une enquête téléphonique, réalisée selon la méthode des quotas,

externalisée à l'agence Novamétrie. Le questionnaire comportait une vingtaine de questions : fréquentation du mois / saison écoulée ; origine des clientèles ; perspectives de fréquentation...

41 professionnels représentatifs du secteur touristique de la métropole clermontoise ont répondu à ce questionnaire.

Il ne s'agit là que d'une 1^{ère} tendance, traduisant le ressenti exprimé par les professionnels du tourisme interrogés. Elle sera complétée dans les prochaines semaines avec les chiffres de fréquentations récoltés auprès de l'INSEE et de la Direction du Tourisme de Clermont Auvergne Métropole (résultats de collecte de la taxe de séjour).

Clermont Auvergne Tourisme attend les retours sur la saison touristique complète pour estimer plus finement la fréquentation de notre destination.

On note quelques points de vigilance :

- la fermeture de la bretelle de l'A75 qui a généré des dommages et des difficultés d'accès pour les hôtels aux abords de l'autoroute ;
- l'effet canicule qui n'a pas été forcément un point négatif pour notre destination ; mais cette situation appelée à se reproduire doit nous obliger à réfléchir sur la valorisation touristique de nos zones de fraîcheur, d'ombre et d'eau.

Mme Ferreira de Sousa souligne que l'Aéroport a connu un 2^{ème} semestre dynamique : + 3,4% de la hausse du trafic passager (en lien avec Ryanair et Tui).

Un débat s'engage alors sur les risques qu'en 2020, des destinations au départ de Clermont puissent disparaître.

La SPL se rapprochera de l'Aéroport pour approfondir son bilan, le profil de ses clients et croiser leurs résultats avec ceux collectés sur la destination.

4. Gestion des ressources humaines

- 1) Suite au départ à la retraite d'une collaboratrice jusqu'alors mise à disposition par la Ville de Clermont, il est nécessaire de lancer un recrutement.

Les missions de ce poste seront :

- le conseil en séjour ;
- le suivi des données en lien avec le RGPD ;
- les relances auprès des professionnels partenaires.

Les administrateurs approuvent cette embauche à l'unanimité et valident par là même la proposition du Directeur général consistant à faire appel à une société extérieure pour suivre la mise en place du RGPD. Le nouveau poste assurera quant à lui le lien avec cette société au sein de la structure.

2) Embauche en lien avec la clause relative à l'insertion :

Afin de répondre à la clause relative à l'insertion incluse dans le contrat de Délégation de Service Public et en raison des besoins de Clermont Auvergne Tourisme, un recrutement d'une personne sous forme de contrat de professionnalisation afin d'assurer le suivi des données touristiques est proposée aux administrateurs.

Coût : 80 % du SMIC – 17 000 euros / 12 mois

Les administrateurs approuvent ce choix à l'unanimité.

5. Projets de conventions

- Convention entre le CNAS et la SPL dans le cadre d'obtention de tarifs préférentiels aux titulaires de la carte CNAS.

Les administrateurs approuvent à l'unanimité la signature de cette convention.

- Etat d'avancement de la convention entre le département du Puy-de-Dôme et la SPL concernant le point d'information touristique au pied du site :

Un bilan d'activités est nécessaire pour estimer la fréquentation et l'utilité de ce point d'information. Celui-ci sera présenté lors du prochain Conseil d'Administration.

6. Packs partenaire

Proposition est faite aux administrateurs de reconduire les tarifs 2019.

Les administrateurs approuvent à l'unanimité les tarifs 2020.

Pour information le Pack Partenaire inclut :

- Une présence sur le site internet via une page dédiée avec photos et descriptifs
- La mise à disposition de photos et vidéos de la destination
- Une invitation aux visites guidées proposées par l'OT
- Une invitation aux Rencontres du Tourisme
- 10% sur les produits boutique
- Pour les hébergeurs, la mise à disposition d'un système de commercialisation pour une vente en ligne

7. Point budgétaire Voir documents joints

Un point budgétaire est fait par le Directeur général et Mme Sandrine Rigaud, responsable du service financier et contrôle de gestion

M. Serge Pichot s'interroge sur le faible montant des recettes commerciales de la billetterie. Il est exposé que la billetterie est une mission d'intérêt général prévue dans le contrat de DSP qui, à ce titre, ne génère pas de chiffre d'affaires. Il est suggéré que la commercialisation d'un espace publicitaire pourrait être envisagée au dos des billets.

Pour répondre à la question de Madame Godebout sur la recherche de nouvelles billetteries rémunératrices, Vincent Garnier souligne que cette mission est déjà très chronophage et qu'une concurrence déloyale pourraient être mal perçue par des opérateurs locaux privés.

Concernant le tourisme d'affaire, il est rappelé la double activité du Bureau des congrès : mission de prospection et mission de services. L'évolution du marché et l'interaction avec nos partenaires de cette filière nous amènent à consacrer davantage de temps et de budget à la promotion et à la prospection commerciale.

M. Lionel Martinez suggère la création d'un club avec des prestataires du tourisme d'affaire et la vente de services, tels qu'ils peuvent exister dans d'autres villes.

Le Directeur général souligne que la charte accueil congrès, signée en juin de cette année, est une première base pour travailler cette filière de manière plus structurée.

M. Garnier rappelle que notre SPL reste une jeune structure et que malgré tout le temps déjà consacré à sa structuration, nous avons encore une marge de progrès qui doit rapidement être prise en compte.

Concernant le volet opérationnel, Mme Godebout propose de nous appuyer sur les actions du CRT pour profiter des opportunités. Vincent Garnier souligne que des nombreux partenariats existent d'ores et déjà avec le CRT sur différents champs d'action.

8. Dossiers en cours

Une étude sur les hébergements a été portée par la Métropole ; elle doit apporter des réponses sur la stratégie touristique à long terme, elle sera présentée lors d'un prochain Conseil d'Administration.

Mme Delas revient sur le Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique (SADI). Celui-ci est en cours de finalisation ; un travail collaboratif a été mené en interne pour définir un plan d'actions. Celui-ci sera présenté au Conseil d'Administration du 6 décembre prochain.

M. Garnier aborde la stratégie commerciale également en cours de définition. Elle s'articule autour de 3 actions : un audit extérieur pour faire un diagnostic de notre organisation, un groupe de travail interne et une intégration des partenaires.

M. Pichot invite la SPL à se rapprocher du Château de Murol.

Mme Godebout demande si les partenaires locaux sont déjà impliqués dans cette stratégie commerciale. M. Garnier précise que des conventions existent et sont en cours d'actualisation alors que certaines vont être créées.

Mme Godebout souligne qu'une approche tournée vers la clientèle faciliterait la définition des besoins. M. Garnier précise que les clientèles consommatrices de produits via l'OT sont déjà connues mais que celles-ci seront affinées avec la mise en place de l'observatoire du tourisme dont il a été fait référence précédemment.

Guides – conférenciers : un accord-cadre multi-attributaire à bon de commande et à marchés subséquents de prestations intellectuelles de visites guidées et d'excursions individuelles (groupes et grands publics) a été rédigé (avec l'assistance juridique de la SEAU) et publié pour une durée de 4 ans. La procédure, complexe, est en cours.

Sujets d'actualité :

- Le projet de constitution d'un Comité de station thermale devrait aboutir en 2020, le Maire de Royat ayant donné son accord et le Maire de Chamalières étant destinataire d'un courrier l'invitant à se prononcer.

A l'initiative de Clermont Auvergne Tourisme, une concertation est actuellement en cours avec les associations de commerçants clermontois pour les intégrer à notre stratégie touristique. Cette action se fonde sur les attentes formulées à l'occasion des Rencontres du Commerce organisées au début de cette année par la Ville de Clermont-Ferrand, la CCI et la Chambre des Métiers et de l'Artisanat.

Vincent Garnier s'est rapproché d'Auvergne - Rhône - Alpes Tourisme, et des Offices de Tourisme de Grenoble et de Saint Etienne pour mener en collaboration des actions de promotion à destination des marchés lointains, prioritairement asiatiques, en 2020.

Un travail est en cours entre les services de Clermont Auvergne Métropole et l'Office de Tourisme métropolitain pour décliner des supports de communication visant à promouvoir la destination auprès des délégations sportives susceptibles de venir s'entraîner pour les JO 2024.

Dans le cadre du Réseau International des Villes Michelin (RIVM), un groupe de travail dédié au sujet du tourisme a été créé. La Direction du Tourisme et Clermont Auvergne Tourisme y figurent.

Mme Sandrine Godebout, Directrice du Tourisme, expose le projet de création d'une démarche de recrutement de greeters menée avec la Métropole en partenariat avec Unis-Cités Auvergne.

9. Questions diverses

Aucune question n'est abordée.

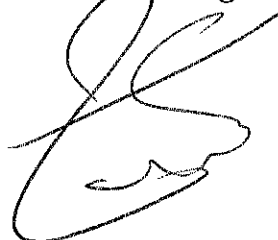
Le prochain conseil d'administration se tiendra le 6 décembre 2019.

La Commission d'Attribution des Marchés aura lieu le 6 janvier 2020.

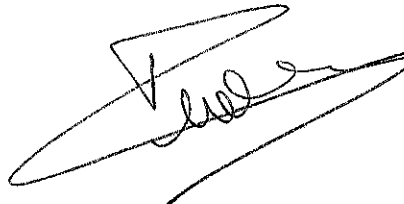
Le Comité Technique se tiendra le 29 novembre à 16h00.

L'ensemble des points ayant été abordés, le Président clôt la séance.

Le Président Roger GARDES



Un administrateur





**PROCES-VERBAL
CONSEIL D'ADMINISTRATION DE LA SPL
CLERMONT AUVERGNE TOURISME
06 décembre 2019**

Le 6 décembre 2019 à 14 heures 30, les administrateurs désignés dans les statuts se sont réunis en conseil, au siège de la société, sur convocation faite le 22 novembre 2019 par M. Roger Gardes, son Président.

Sont présents :

Les administrateurs représentant Clermont Auvergne Métropole :

- Mme BELLEROSÉ Martine
- M. DARTEYRE René
- Mme FAUCHER Martine
- M. GARDES Roger
- M. MORVAN Jean-Marc
- Mme PRACROS Claude

Les administrateurs représentant la Ville de Clermont-Ferrand :

- Mme FERREIRA DE SOUSA Manuela
- Mme PRIEUX Nicole

L'administrateur représentant la Ville de Chamalières :

- Mme COURTADON Monique

L'administrateur représentant le Conseil départemental du Puy-de-Dôme :

- M. PICHOT Serge

Les personnalités extérieures :

- M. GARNIER Vincent, Directeur Général - Clermont Auvergne Tourisme
- Mme DELAS Virginie, Directrice Générale Adjointe - Clermont Auvergne Tourisme
- Mme RIGAUD Sandrine – Responsable financière – Clermont Auvergne Tourisme
- M. MARTINEZ Lionel, Directeur Général Adjoint - Clermont Auvergne Métropole
- Mme GODEBOUT Sandrine, Directrice Tourisme et Relations Internationales - Clermont Auvergne Métropole

Sont absents et représentés :

- Mme CANALES Marion pouvoir à M. GARDES
- Mme LELIEVRE Chantal pouvoir à M. DARTEYRE
- M. RAGE François pouvoir à Mme BELLEROSÉ
- M. ALEDO Marcel pouvoir à Mme PRACROS
- Mme ROGUE-SALLARD Dominique pouvoir à Mme LELIEVRE

Est absente : Mme FAUCHER Martine

SPL Clermont Auvergne Tourisme

Office de Tourisme Métropolitain
Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33(0)4 73 98 65 00
secretariat-tourisme@clermont-fd.com

Il est constaté que 14 administrateurs sur les 15 membres composant le Conseil d'Administration sont présents ou valablement représentés, et qu'en conséquence le quorum étant atteint, celui-ci peut valablement délibérer sur les questions de l'ordre du jour suivant :

- Validation du compte-rendu du Conseil d'Administration du 18 octobre 2019,
- Rapport annuel 2018 des administrateurs de la SPL Clermont Auvergne Tourisme,
- Approbation du projet de budget 2020,
- Approbation du projet de plan d'actions 2020,
- Approbation de la convention entre le Conseil Départemental et Clermont Auvergne Tourisme,
- Adoption des tarifs gestion dossiers congrès 2020,
- Questions diverses.

1) Validation du compte-rendu du Conseil d'Administration du 18 octobre 2019

Les administrateurs approuvent à l'unanimité le procès-verbal du Conseil d'Administration du 18 octobre 2019.

2) Rapport annuel 2018 des administrateurs de la SPL Clermont Auvergne Tourisme

Les administrateurs approuvent à l'unanimité le rapport annuel 2018 des administrateurs. Ce rapport sera adressé aux actionnaires.

3) Approbation du projet de budget 2020

Quelques lignes budgétaires sont revues par rapport au précédent prévisionnel. Ces informations sont présentées aux administrateurs par Mme Rigaud.

Les administrateurs approuvent à l'unanimité le projet budgétaire 2020.

4) Approbation du projet de plan d'actions 2020

M. Garnier présente le plan d'actions 2020, développé autour des partenariats et de recherche de mutualisation.

Plusieurs actions sont présentées :

- En raison de la complexité juridique de la gestion d'une SPL et du contrôle analogue, l'embauche d'un cadre à mi-temps s'avère nécessaire ;
- Mise en place d'une comptabilité analytique ;
- Problématique d'adaptation des locaux à Clermont et à Royat ;
- Nouvelle stratégie commerciale ;
- Préconisations dans le cadre du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique ;

- Actions digitales ;
- Animation des filières.

M. Martinez soumet l'idée de la création d'un petit groupe de réflexion sur la filière Tourisme d'Affaires.

Mme Bellerose souligne qu'un aménagement de l'espace boutique serait d'ores et déjà possible pour développer les ventes.

De même, Mme Bellerose s'interroge sur la multiplicité des études et leurs mises en application concrètes. M. Garnier souligne que des actions sont déjà opérationnelles suite à ces étapes préalables de réflexions ; comme par exemple dans les domaines du digital et de la communication.

M. Gardes souhaite notamment que la déclinaison opérationnelle du SADI soit présentée lors du prochain Conseil d'Administration. Le Schéma ne pouvant pas être opérationnel en mars, un retroplanning détaillé avec des fiches actions seront présentées.

Mme Bellerose pense que la SPL doit être présente aux côtés des « petits » socioprofessionnels pour les accompagner dans leurs démarches de professionnalisation. Mme Ferreira de Sousa précise que des supports de communication délocalisés seraient pertinents pour valoriser ces prestataires. Le SADI répond justement à ce type de problématique.

Les administrateurs approuvent à l'unanimité le projet de plan d'actions 2020.

5) Approbation de la convention entre le Conseil Départemental et Clermont Auvergne Tourisme

Suite à la présentation du bilan de fréquentation 2019 par M. Pichot et aux explications juridiques transmises par M. GARNIER, les administrateurs approuvent à l'unanimité la convention entre le Conseil Départemental et Clermont Auvergne Tourisme portant sur la mise à disposition de personnel SPL à la Maison de site du puy de Dôme.

6) Adoption des tarifs gestion dossiers congrès 2020

Les administrateurs approuvent à l'unanimité les tarifs « gestion des congrès » 2020.

Prestations		Tarifs 2020 HT / dossier traité	
Hébergement*		0 €	
Inscription simple	Formule A (1 ligne d'inscription)	16 € HT	Tarifs dégressifs avec au moins 1 nuitée hors haute saison selon l'année et à partir de 300 inscriptions
Inscription +	Formule B (inscription + 1 ou 2 options)	21 € HT	
Inscription ++	Formule C (inscription + multiple options)	28,50 € HT	

* ouverture page web pour hébergement: 135 € HT

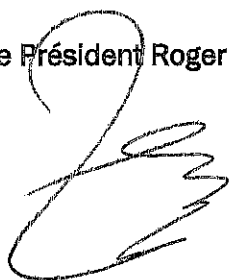
7) Questions diverses

Aucune question diverse n'est abordée.

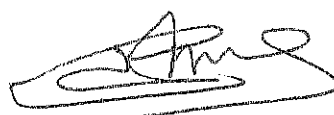
Le prochain conseil d'administration se tiendra **le vendredi 6 mars 2020 à 14h30.**

L'ensemble des points ayant été abordés, le Président clôt la séance.

Le Président Roger GARDES

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by several loops and a horizontal stroke at the bottom.

Un administrateur

A handwritten signature in black ink, featuring a complex, cursive script with multiple overlapping loops and a horizontal line at the base.

Juin 2020

Rapports du commissaire aux comptes

orcom
Expertise Comptable Audit & Conseil

RAPPORTS DU
COMMISSAIRE AUX COMPTES

*SPL CLERMONT
AUVERGNE
TOURISME*

Décembre 2019

SPL CLERMONT AUVERGNE TOURISME
Société Anonyme au capital de 300 000 €
Siège social : Hôtel d'Agglomération
64-66 Avenue de l'Union Soviétique
63 007 CLERMONT FERRAND CEDEX 1

RCS CLERMONT : 823 951 876
SIRET : 823 951 876 000 15

RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES
SUR LES COMPTES ANNUELS
Exercice clos au 31/12/2019

Aux actionnaires,

Opinion

En exécution de la mission qui nous a été confiée par les Statuts, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de la SPL Clermont Auvergne Tourisme relatifs à l'exercice clos le 31/12/2019, tels qu'ils sont joints au présent rapport. Ces comptes ont été arrêtés par le Conseil d'Administration le 06 Mars 2020.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la SPL Clermont Auvergne Tourisme à la fin de cet exercice.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités du commissaire aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance qui nous sont applicables, sur la période du 1^{er} janvier 2019 à la date d'émission de notre rapport, et notamment

nous n'avons pas fourni de services interdits par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes.

Observation

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur le point suivant exposé dans la note page 13 de l'annexe des comptes annuels concernant les autres informations concernant la prise d'effet du Contrat de Délégation de Service Public à compter du 1^{er} Janvier 2019.

Justification des appréciations

En application des dispositions des articles L.823-9 et R.823-7 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les appréciations suivantes qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importantes pour l'audit des comptes annuels de l'exercice.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble arrêtés dans les conditions rappelées précédemment, et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.

Dans le cadre du contrôle des comptes annuels, nous avons plus particulièrement analysé la refacturation de la redevance du contrat de délégation de service public et la correcte inscription en comptabilité.

Vérifications spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration arrêté le 06 Mars 2020 et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux Actionnaires. S'agissant des événements survenus et des éléments connus postérieurement à la date d'arrêté des comptes relatifs aux effets de la crise liée au Covid-19, la direction nous a indiqué qu'ils feront l'objet d'une communication à l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes.

Informations données dans le rapport de gestion et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux Actionnaires

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux Actionnaires.

Nous attestons de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations relatives aux délais de paiement mentionnées à l'article D.441-4 du code de commerce.

Rapport sur le gouvernement d'entreprise

Nous attestons de l'existence, dans le rapport du Conseil d'Administration sur le gouvernement d'entreprise, des informations requises par l'article L.225-37-4 du code de commerce.

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration le 06 Mars 2020.

Responsabilités du commissaire aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.823-10-1 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime

suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;

- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;

il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

Fait à Blois, le 24 Juin 2020

Le Commissaire aux comptes
ORCOM AUDIT,



VINCENT COCUELLE
Associé

Actif		Exercice au 31/12/2019			Exercice précédent		
		Montant brut	Amort. ou Prov.	Montant net	au 31/12/2018		
Capital souscrit non appelé							
Actif immobilisé	Immobilisations incorporelles	Frais d'établissement					
		Frais de développement					
		Concessions, brevets et droits similaires	44 142	25 799	18 343	31 419	
		Fonds commercial (1)					
		Autres immobilisations incorporelles					
		Immobilisations incorporelles en cours					
		Avances et acomptes					
		TOTAL	44 142	25 799	18 343	31 419	
		Immobilisations corporelles	Terrains				
			Constructions				
	Inst. techniques, mat. out. industriels		56 763	24 124	32 638	30 973	
	Autres immobilisations corporelles						
	Immobilisations en cours						
		Avances et acomptes					
		TOTAL	56 763	24 124	32 638	30 973	
	Immobilisations financières ⁽³⁾	Participations évaluées par équivalence					
		Autres participations	7		7	7	
		Créances rattachées à des participations					
		Titres immob. de l'activité de portefeuille					
		Autres titres immobilisés					
		Prêts					
		Autres immobilisations financières					
		TOTAL	7	7	7		
Total de l'actif immobilisé		100 913	49 924	50 989	62 400		
Actif circulant	Stocks	Matières premières, approvisionnements					
		En cours de production de biens					
		En cours de production de services					
		Produits intermédiaires et finis					
		Marchandises	39 406		39 406	28 225	
		TOTAL	39 406		39 406	28 225	
		Avances et acomptes versés sur commandes					
		Créances ⁽¹⁾	Clients et comptes rattachés	998 799		998 799	60 417
			Autres créances	86 706		86 706	56 239
			Capital souscrit et appelé, non versé				
		TOTAL	1 085 505		1 085 505	116 656	
	Divers	Valeurs mobilières de placement (dont actions propres :)					
		Instruments de trésorerie					
		Disponibilités	25 774		25 774	1 041 524	
		TOTAL	25 774		25 774	1 041 524	
	Charges constatées d'avance		30 418		30 418	32 293	
Total de l'actif circulant		1 181 104		1 181 104	1 218 699		
Frais d'émission d'emprunts à étaler							
Primes de remboursement des emprunts							
Écart de conversion actif							
TOTAL DE L'ACTIF		1 282 017	49 924	1 232 093	1 281 100		
Renvois : (1) Dont droit au bail							
(2) Dont part à moins d'un an (brut) des immobilisations financières							
(3) Dont créances à plus d'un an (brut)							
Clause de réserve de propriété	Immobilisations		Stocks		Créances clients		

Passif		Au 31/12/2019	Exercice précédent	
Capitaux propres	Capital (dont versé : 300 000)	300 000	300 000	
	Primes d'émission, de fusion, d'apport			
	Ecarts de réévaluation			
	Ecarts d'équivalence			
	Réserves			
	Réserve légale			
	Réserves statutaires			
	Réserves réglementées			
	Autres réserves			
	Report à nouveau	-8 317	-18 892	
Résultats antérieurs en instance d'affectation				
Résultat de la période (bénéfice ou perte)	5 894	10 575		
Situation nette avant répartition	297 577	291 682		
Subvention d'investissement				
Provisions réglementées				
	Total	297 577	291 682	
Aut. fonds propres	Titres participatifs			
	Avances conditionnées			
	Total			
Provisions	Provisions pour risques			
	Provisions pour charges	252 425	218 856	
	Total	252 425	218 856	
Dettes	Emprunts et dettes assimilées			
	Emprunts obligataires convertibles			
	Autres emprunts obligataires			
	Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (2)			
	Emprunts et dettes financières divers (3)			
		Total		
	Avances et acomptes reçus sur commandes (1)	13 104	20 786	
	Dettes fournisseurs et comptes rattachés	449 322	323 417	
	Dettes fiscales et sociales	172 070	380 926	
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés			
Autres dettes	4 425	10 432		
Instruments de trésorerie				
	Total	625 818	714 775	
Produits constatés d'avance	43 168	35 000		
	Total des dettes et des produits constatés d'avance	682 091	770 561	
Écarts de conversion passif				
	TOTAL DU PASSIF	1 232 093	1 281 100	
	Crédit-bail immobilier			
	Crédit-bail mobilier			
	Effets portés à l'escompte et non échus			
	Dettes et produits constatés d'avance, sauf (1), à plus d'un an			
	à moins d'un an			
Renvois : (2) dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banques	668 986	749 775		
(3) dont emprunts participatifs				

Périodes 01/01/2018 31/12/2018 Durées 12 mois
01/01/2019 31/12/2019 12 mois

		France	Exportation	Total	Exercice précédent
Produits d'exploitation (1)	Ventes de marchandises	74 770		74 770	67 795
	Production vendue : - Biens	77 760		77 760	69 391
	- Services	1 981 838		1 981 838	2 144 409
	Chiffre d'affaires net	2 134 369		2 134 369	2 281 596
	Production stockée				
	production immobilisée				
	Produits nets partiels sur opérations à long terme				
	Subventions d'exploitation			15 698	26 665
	Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges			46	54
	Autres produits				
Total				2 150 114	2 308 316
Charges d'exploitation (2)	Marchandises Achats			50 427	49 094
	Variation de stocks			-11 180	16 732
	Matières premières et autres approvisionnements Achats				
	Variation de stocks				
	Autres achats et charges externes (3)			707 857	762 893
	Impôts, taxes et versements assimilés			71 504	43 294
	Salaires et traitements			896 576	934 509
	Charges sociales			342 573	377 715
	Dotations amortissements	• sur immobilisations		26 877	17 881
	d'exploitation provisions	• sur actif circulant			
• pour risques et charges					
Autres charges			33 569		
			20 589	2 246	
Total				2 138 793	2 204 366
Résultat d'exploitation			A	11 320	103 949
Opér. commun	Bénéfice attribué ou perte transférée		B		
	Perte supportée ou bénéfice transféré		C		
Produits financiers	Produits financiers de participations (4)				
	Produits financiers d'autres valeurs mobilières de placement et créances d'actif immobilisé (4)				
	Autres intérêts et produits assimilés (4)			1 305	1 683
	Reprises sur provisions, transferts de charges				
	Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement					
Total				1 305	1 683
Charges financières	Dotations financières aux amortissements et provisions				
	Intérêts et charges assimilées (5)				
	Différences négatives de change				
	Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
Total					
Résultat financier			D	1 305	1 683
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔT (± A ± B - C ± D)			E	12 625	105 633

Périodes 01/01/2018 31/12/2018 Durées 12 mois
01/01/2019 31/12/2019 12 mois

		Total	Exercice précédent
Produits exceptionnels	Produits exceptionnels sur opérations de gestion		
	Produits exceptionnels sur opérations en capital		
	Reprises sur provisions et transferts de charge		
	Total		
Charges exceptionnelles	Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	2 458	95 058
	Charges exceptionnelles sur opérations en capital	844	
	Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions		
	Total	3 302	95 058
Résultat exceptionnel		F	-3 302
Participation des salariés aux résultats		G	
Impôt sur les bénéfices		H	3 428
BÉNÉFICE OU PERTE (± E ± F - G - H)			5 894
Renvois			
(1) Dont	produits d'exploitation afférents à des exercices antérieurs incidence après impôt des corrections d'erreurs	1 808	275
(2) Dont	charges d'exploitation afférentes à des exercices antérieurs incidence après impôt des corrections d'erreurs	12 315	2 198
(3) Y compris	- redevances de crédit-bail mobilier - redevances de crédit-bail immobilier		
(4) Dont	produits concernant les entités liées		
(5) Dont	intérêts concernant les entités liées		

SA CLERMONT AUVERGNE TOURISME

Annexe aux comptes
de l'exercice clos-le
31/12/2019





Table des matières

1	Faits caractéristiques de l'exercice.....	3
1.1	Évènements principaux.....	3
1.2	Principes, règles et méthodes comptables.....	3
2	Informations relatives au bilan.....	4
2.1	Actif.....	4
2.1.1	Immobilisations incorporelles.....	4
2.1.2	Immobilisations corporelles.....	4
2.1.3	Tableaux des amortissements.....	5
2.1.4	Stocks.....	5
2.1.5	Produits à recevoir.....	6
2.1.6	Créances.....	7
2.2	Passif.....	8
2.2.1	Capitaux propres.....	8
2.2.2	Provisions pour risques et charges.....	9
2.2.3	Dettes financières et autres dettes.....	10
2.2.4	Charges à payer.....	11
3	Informations relatives au compte de résultat.....	12
4	Crédit d'impôt compétitivité emploi (CICE).....	12
5	Impôt sur les bénéfices.....	12
6	Autres informations.....	14
6.1	Provisions pour indemnités de départ en retraite et autres engagements postérieurs à l'emploi.....	14

✓



1 Faits caractéristiques de l'exercice

1.1 Évènements principaux

Aucun événement ni élément significatif ne sont survenus au cours de l'exercice.

1.2 Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels ont été arrêtés conformément aux dispositions du code de commerce et du règlement 2016-07 de l'ANC.

Les règles ont été appliquées dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base : continuité de l'exploitation, permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre, indépendance des exercices.



2 Informations relatives au bilan

2.1 Actif

2.1.1 Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition, déduction faites des rabais, remises et escomptes de règlement ou à leur coût de production.

Une dépréciation est comptabilisée quand la valeur actuelle d'un actif est inférieure à la valeur nette comptable.

2.1.2 Immobilisations corporelles

2.1.2.1 Principaux mouvements de l'exercice

	Augmentations		Diminutions	
	Réévaluation	Acquisition Apports Virements	Virements poste à poste	Cessions rebuts
Installations techniques, matériel et outillage industriels	-	-	-	-
Installations générales, agencements, aménagements divers	-	-	-	-
Matériel de transport	-	-	-	-
Matériel de bureau et informatique, mobilier	-	16 311	-	1 732
Emballages récupérables et divers	-	-	-	-
Immobilisations corporelles en cours	-	-	-	-
Avances et acomptes	-	-	-	-



2.1.3 Tableaux des amortissements

Amortissement et dépréciation	Début de l'exercice	Augmentations		Diminutions		Fin de l'exercice
		Amortissement	Dépréciation	Amortissement	Dépréciation	
Incorporelles	12 723	13 077	-	-	-	25 799
Corporelles	11 210	14 646	-	1 732	-	24 125
Financières	-	-	-	-	-	-
TOTAL	23 933	27 723	-	1 732	-	49 924

2.1.4 Stocks

Les coûts d'acquisition des stocks comprennent le prix d'achat, les droits de douane et autres taxes, à l'exclusion des taxes ultérieurement récupérables par l'entité auprès des administrations fiscales, ainsi que les frais de transport, de manutention et autres coûts directement attribuables au coût de revient des matières premières, des marchandises, des encours de production et des produits finis. Les rabais commerciaux, remises, escomptes de règlement et autres éléments similaires sont déduits pour déterminer les coûts d'acquisition.

Les stocks sont évalués suivant la méthode du premier entré, premier sorti. Pour des raisons pratiques et sauf écart significatif, le dernier prix d'achat connu a été retenu.



2.1.5 Produits à recevoir

Libellés	Montant
INTÉRÊTS COURUS	
Immobilisations financières	-
Participations groupe	-
Participations Hors groupe	-
Clients	-
Associés	-
Valeurs mobilières de placements	-
AUTRES PRODUITS	
Factures à établir	61 851
RRR à obtenir, avoirs à recevoir	-
Personnel	-
Sécurité sociale	1 734
État	-
Divers	-
TOTAL	63 585



2.1.6 Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur comptable. Une dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à celle-ci.

	ÉTAT DES CRÉANCES	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'un an	
DE L'ACTIF IMMOBILISÉ	Créances rattachées à des participations	-	-	-	
	Prêts	-	-	-	
	Autres immobilisations financières	-	-	-	
DE L'ACTIF CIRCULANT	Clients douteux ou litigieux	-	-	-	
	Autres créances clients	998 799	998 799	-	
	Créance représentative des titres prêtés ou remis en garantie	-	-	-	
	Personnel et comptes rattachés	-	-	-	
	Sécurité sociale et autres organismes sociaux	1 734	1 734	-	
	État et autres collectivités publiques	Impôt sur les bénéfices	58 300	58 300	-
		Taxe sur la valeur ajoutée	26 672	26 672	-
		Autres impôts, taxes et versement assimilés	-	-	-
		Divers	-	-	-
	Groupes et associés	-	-	-	
Débiteur divers	-	-	-		
Charges constatées d'avance	30 419	30 419	-		
TOTAL		1 115 924	1 115 924	-	





2.2 Passif

2.2.1 Capitaux propres

2.2.1.1 Tableau de variation des capitaux propres

Libellés	N-1	+	-	N
Capital	300 000	-	-	300 000
Primes, réserves et écarts	-	-	-	-
Report à nouveau	-18 893	10 575	-	-8 317
Résultat	10 575	-	4 680	5 895
Subventions d'investissement	-	-	-	-
Provisions réglementées	-	-	-	-
Autres	-	-	-	-
TOTAL	291 683	10 575	4 680	297 578

2.2.1.2 Capital

Le capital est composé de 30 000 actions de 10 euros de valeur nominale.

Il n'y a pas eu de changement au cours de l'exercice.



2.2.2 Provisions pour risques et charges

Nature des provisions	Début exercice 1	Dotations exercice 2	Reprises exercice 3	Fin exercice 4
Litiges	-	-	-	-
Garanties données clients	-	-	-	-
Pertes marchés à terme	-	-	-	-
Amendes et pénalités	-	-	-	-
Pertes de change	-	-	-	-
Pensions et obligations similaires	-	-	-	-
Impôts	-	-	-	-
Renouvellement immobilisation	-	-	-	-
Gros. Entretien	-	-	-	-
Ch. Soc. Fisc. / congés à payer	-	-	-	-
Autres Provisions pour risques et charges	218 856	33 569	-	252 425
TOTAL	218 856	33 569	-	252 425



2.2.3 Dettes financières et autres dettes

	Montant brut	A 1 an au plus	A + d'1 an et 5 ans au +	A + de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles	-	-	-	-
Autres emprunts obligataires	-	-	-	-
Emprunts et dettes établissement de crédit				
- A 1 an max à l'origine	-	-	-	-
- A + d'1 à l'origine	-	-	-	-
Emprunts et dettes financières Divers	-	-	-	-
Fournisseur et comptes rattachés	449 323	449 323	-	-
Personnel et comptes rattachés	29 887	29 887	-	-
Sécurité sociale et autres organismes	107 863	107 863	-	-
Impôts sur les bénéfices	-	-	-	-
TVA	1 293	1 293	-	-
Obligations cautionnées	-	-	-	-
Autres impôts et taxes	33 028	33 028	-	-
Dettes sur immobilisation Et comptes rattachés	-	-	-	-
Groupe et associés	-	-	-	-
Autres dettes	4 426	4 426	-	-
Dettes titres empruntés ou rem. Garant	-	-	-	-
Produits constatés d'avance	43 168	43 168	-	-
TOTAL	668 986	668 986	-	-

✓



2.2.4 Charges à payer

Libellés	Montant
CONGES A PAYER	
Congés provisionnés	29 887
Charges sociales provisionnées	13 205
Charges fiscales provisionnées	-
INTERETS COURUS	
Emprunts et dettes assimilées	-
Dettes part. groupes	-
Dettes part. hors groupes	-
Dettes sociétés en participation	-
Fournisseurs	-
Associés	-
Banques	-
Concours bancaires courants	-
AUTRES CHARGES	
Factures à recevoir	189 958
RRR à accorder, avoirs à établir	-
Participation des salariés	-
Personnel	-
Sécurité sociale	-
Autres charges fiscales	21 402
Divers	-
TOTAL	254 452



3 Informations relatives au compte de résultat

	France	Export et communautaire	Total
Ventes marchandises	74 771	-	-74 771
Productions vendues :	77 761	-	77 761
- Biens	1 981 838	-	1 981 838
- Services			
Chiffre d'affaires net	2 134 370	-	2 134 370

4 Crédit d'impôt compétitivité emploi (CICE)

- Le CICE (Crédit d'impôt compétitivité emploi) comptabilisé dans les comptes de notre entité à la clôture des exercices du 31.12.2017 et du 31.12.2018 et dont nous avons perçu le remboursement a fait l'objet d'un redressement de la part des services des impôts dont notre société dépend. N'étant pas considéré comme une PME au sens communautaire, nous n'aurions pas dû percevoir ce remboursement. Nous avons donc rendu la somme 57437 euros et l'avons enregistré au débit du compte 444100 – Etat – CICE. Ce montant fera l'objet de déductions sur les prochains impôts sur les sociétés.

5 Impôt sur les bénéfices

	Résultat courant	Résultat exceptionnel
Résultat avant impôts	9 323	-3 303
Impôts :	Au taux de : 28%	-
	Sur PVL	-
Résultat après impôts	5 895	-3 303



6 Autres informations

Début 2019, la société Clermont Auvergne Tourisme a signé un contrat de Délégation de Service Public avec Clermont Auvergne Métropole à effet au 1^{er} janvier 2019. Dans ce cadre, elle a perçu des prestations sans TVA pour un montant de 1 791 724 € et a payé à Clermont Auvergne Métropole une redevance composé d'une partie fixe de 5 500 € et une partie variable basée sur le chiffre d'affaires annuel 2019 de 5 479.26 €. Du fait de ce dispositif, la société a également comptabilisé de la Taxe sur les salaires pour 38 675.13 €.

6.1 Provisions pour indemnités de départ en retraite et autres engagements postérieurs à l'emploi

Engagements retraite	Provisionné	Non provisionné	Total
Indemnités de départ en retraite	252 425-	-	-
Engagements de pension à d'anciens dirigeants	-	-	-
Prise en charge des cotisations mutuelle santé pour des salariés partis en retraite	-	-	-

La convention collective de l'entreprise ne prévoit pas d'indemnités de fin de carrière. Il n'a pas été signé d'accord particulier.

La provision pour indemnité de départ en retraite a été évaluée selon la méthode des unités de crédit projetées conformément au Règlement 2013-02 de l'ANC.

Le taux d'actualisation utilisé est de : 1.80 %

Le Taux de croissance des salaires est de : 1%

L'âge de départ à la retraite est de : 62 ans

La table de mortalité utilisé est : table réglementaire TD 88-90

SPL CLERMONT AUVERGNE TOURISME
Société Anonyme au capital de 300 000 €
Siège social : Hôtel d'Agglomération
64-66 Avenue de l'Union Soviétique
63007 CLERMONT FERRAND CEDEX 1

APE 7 990 Z – SIRET : 823 951 876 000 15

**RAPPORT SPECIAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES
SUR LES CONVENTIONS REGLEMENTEES**

**ASSEMBLEE GENERALE D'APPROBATION DES COMPTES
DE L'EXERCICE CLOS LE 31/12/2019**

Aux Actionnaires,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

Il nous appartient de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles des conventions dont nous avons été avisés ou que nous aurions découvertes à l'occasion de notre mission, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé ni à rechercher l'existence d'autres conventions. Il vous appartient, selon les termes de l'article R. 225-31, du code de commerce, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Par ailleurs, il nous appartient, le cas échéant, de vous communiquer les informations prévues à l'article 225-40 du code de commerce relatives à l'exécution, au cours de l'exercice écoulé, des conventions déjà approuvées par l'assemblée générale.

Nous avons mis en œuvre les diligences que nous avons estimé nécessaires au regard de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette mission.

Ces diligences ont consisté à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Conventions soumises à l'approbation de l'assemblée générale

En application de l'article L. 225-40, du code de commerce, nous avons été avisés des conventions suivantes qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'administration.

Communauté d'Agglomération Clermont Auvergne Métropole

Administrateurs concernés : Messieurs Roger GARDES, Jean Marc MORVAN, François RAGE, René DARTEYRE, Claude PRACROS, Mesdames Martine BELLEROSE, Martine FAUCHER, Chantal LELIEVRE, Claude PRACOS, Dominique ROGUE-SALLARD

La Communauté d'Agglomération Clermont Auvergne Métropole a signé avec la SPL Clermont Auvergne Tourisme un contrat de délégation de service public axé sur le tourisme d'affaires et des congrès, le tourisme de santé et de bien être, dont le thermalisme, le tourisme urbain dont le patrimoine, la culture et l'évènementiel, le tourisme sportif et de pleine nature ; A ce titre la Communauté d'Agglomération Clermont Auvergne Métropole a versé 1 791 724 € à la SPL Clermont Auvergne Tourisme.

Commune de la Ville de Clermont- Ferrand

Administrateurs concernés : Monsieur Pascal GUITTARD, Mesdames Marion CANALES, Manuela FERREIRA DE SOUSA

La Commune de la Ville de Clermont-Ferrand a signé avec la SPL Clermont Auvergne Tourisme une convention d'objectif pour l'année 2019 pour l'animation du Patrimoine et la participation à Effervescences; A ce titre la Commune de la Ville de Clermont Ferrand a versé 41 666 € à la SPL Clermont Auvergne Tourisme.

Fait à Blois, le 24 Juin 2020



Le Commissaire aux comptes
ORCOM AUDIT

Vincent COCUELLE

RAPPORT DE GESTION 2019

Conformément à la loi et aux statuts, nous vous avons réunis en Conseil d'Administration afin de vous rendre compte de la situation et de l'activité de notre Société durant l'exercice clos le 31 décembre 2019 et de soumettre à votre approbation les comptes annuels dudit exercice.

Nous vous donnerons toutes précisions et tous renseignements complémentaires concernant les pièces et documents prévus par la réglementation en vigueur et qui ont été tenus à votre disposition dans les délais légaux.

Vous prendrez ensuite connaissance des rapports du Commissaire aux Comptes.

I) ACTIVITE DE LA SOCIETE

Situation et évolution de l'activité de la Société au cours de l'exercice :

Durant l'exercice clos le 31 décembre 2019, l'activité de la Société a été la suivante :

- **Analyse de l'évolution des affaires** : c'est le troisième exercice comptable de Clermont Auvergne Tourisme.

Début 2019, la société Clermont Auvergne Tourisme a signé un contrat de Délégation de Service Public avec Clermont Auvergne Métropole à effet au 1^{er} janvier 2019. Dans ce cadre, elle a perçu des prestations sans TVA pour un montant de 1 791 724 et a payé à Clermont Auvergne Métropole une redevance composée d'une partie fixe de 5 500 € et une partie variable basée sur le chiffre d'affaires annuel 2019 de 5 479.26 €. Du fait de ce dispositif, la société a également comptabilisé de la Taxe sur les salaires pour 38 675.13 €.

- **Principaux risques et incertitudes** :

Aucun à ce jour.

Evénements importants survenus depuis la clôture de l'exercice

Depuis le 31 décembre 2019, date de la clôture de l'exercice, il est à noter :
Aucun à ce jour.

Activités en matière de recherche et de développement :

Nous vous informons que la Société n'a effectué aucune activité de recherche et de développement au cours de l'exercice écoulé.

Evolution prévisible et perspectives d'avenir :

Les objectifs pour l'exercice ouvert le 1^{er} janvier 2020 sont les suivants :

- Organisation de la comptabilité analytique au sein de la SPL (échéance janvier 2021)
- Initiation d'une démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises)
- Mise en œuvre du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) et de la stratégie commerciale touristique adoptés fin 2019
- Mise en « son » la destination
- réalisation d'une enquête de clientèles sous l'égide de l'Observatoire Stratégique et Economique (OSE)
- Animation du comité de pilotage de la station thermale de Royat – Chamalières
- Dématérialisation du Clermont Pass
- Organisation d'actions de promotion internationales (marchés européens et asiatiques)
- Fédération des acteurs autour de campagnes mutualisées (web, congrès et affichage)
- Promotion sportive de la destination (Tour de France et création d'outils de promotion en langues étrangères dans le cadre des JO 2024)
- Adoption d'une étude de positionnement et d'un plan d'actions triennal en matière de Tourisme d'Affaires

Informations sur les délais de paiement des fournisseurs et des clients :

Conformément aux articles L. 441-6-1 et D. 441-4, I du Code de commerce, nous vous communiquons les informations sur les délais de paiement de nos fournisseurs et de nos clients en indiquant le nombre et le montant total des factures reçues et émises non réglées au 31 décembre 2019 et la ventilation de ce montant par tranche de retard, dans le tableau suivant :

Factures reçues et émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dans le terme est échu (tableau prévu au I de l'article D.441-4)

	Article D.441 I.1° : factures reçues non réglées à la date de clôture de l'exercice dans le terme est échu						Article D.441 I.2° : Factures émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
	0 jour (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)	0 jour (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
(A) Tranches de retard de paiement												
Nombre de factures concernées	21					89	8					26
Montant total des factures concernées ht	118 924,82	101 481,21	34 144,46	8 400	85,50	144 111,17	14 446,21	866 242,39	50 306,00	167,00	5 640,49	922 355,88
Pourcentage du montant total des achats ht de l'exercice	16,80%	14,34%	4,81%	1,18%	0,01%	20,36 %						
Pourcentage du chiffre d'affaires ht de l'exercice							0,66 %	39,96%	2,32%	0,00%	0,26%	42,55%
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses ou non comptabilisées												
Nombre des factures exclues												
Montant total des factures exclues												
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L.441-6 ou article L.443-1 du code de commerce)												
Délais de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	Délais contractuels : (préciser)						Délais contractuels : (préciser)					
	Délais légaux : (préciser)						Délais légaux : (préciser)					

II) RESULTATS - AFFECTATION

Examen des comptes et résultats :

Nous allons maintenant vous présenter en détail les comptes annuels que nous soumettons à votre approbation et qui ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2019, le chiffre d'affaires s'est élevé à **2 134 369 €**.

Nous allons maintenant vous présenter en détail les comptes annuels que nous soumettons à votre approbation et qui ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2019, le chiffre d'affaires s'est élevé à **299 170 €** hors prestations actionnaires.

Le montant des autres produits d'exploitation s'élève à **15 744 €**.

Le montant des achats et variations de stocks s'élève à **39 247 €**.

Le montant des autres achats et charges externes s'élève à **707 857 €**.

Il convient de préciser que la Société n'a supporté aucune dépense de travail intérimaire.

Le montant des impôts et taxes s'élève à **71 504 €**.

Le montant des traitements et salaires s'élève à **896 576 €**.

Le montant des charges sociales s'élève à **342 573 €**.

L'effectif salarié moyen s'élève à **27**.

Le montant des dotations aux amortissements et provisions s'élève à **60 446 €**.

Le montant des autres charges s'élève à **20 589€**.

Les charges d'exploitation de l'exercice ont atteint au total **2 126 478 €**.

Le résultat d'exploitation ressort pour l'exercice à **11 320 €**.

Quant au résultat courant avant impôts, tenant compte du résultat financier de **1 305 €**, il s'établit à **12 625 €**.

Après prise en compte :

- du résultat exceptionnel de **- 3 302 €**,
- de l'impôt sur les sociétés de **3 428 €**,

Le résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2019 se solde par 5 894 € de bénéfice.

Analyse de l'évolution des résultats et de la situation financière de la Société :

- Proposition d'affectation du résultat :

Nous vous proposons de bien vouloir approuver les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) tels qu'ils vous sont présentés et qui font apparaître **5 894 € de bénéfice**.

Nous vous proposons également de bien vouloir affecter le bénéfice de l'exercice clos le 31 décembre 2019 de la manière suivante :

Bénéfice de l'exercice :	5 894 €
Au report à nouveau :	- 8 317 €

Report à nouveau :	2 423 €

- Dépenses non déductibles fiscalement :

Conformément aux dispositions de l'article 223 quater du Code général des impôts, nous vous demandons enfin d'approuver les dépenses et charges visées à l'article 39, 4 dudit code, qui s'élèvent à un montant global de **0 €**.

III) CONVENTIONS REGLEMENTEES

Nous vous demandons, conformément à l'article L. 225-40 du Code de commerce, d'approuver les conventions visées à l'article L. 225-38 du Code de commerce et concluent au cours de l'exercice écoulé après avoir été régulièrement autorisée par votre Conseil d'Administration :

- Contrat de Délégation de Service Public avec Clermont Auvergne Métropole axé sur le tourisme d'affaires et des congrès, le tourisme de santé et de bien-être, dont le thermalisme, le tourisme urbain dont le patrimoine, la culture et l'évènementiel et le tourisme sportif et de pleine nature pour un montant de **1 791 724 €**
- Convention avec la Ville de Clermont-Ferrand : convention ayant pour objet l'animation du Patrimoine, la gestion de l'Espace Patrimoine et la participation à Effervescences pour un montant de **41 666 €**

Votre Commissaire aux Comptes a été dûment avisé de cette convention qu'il a décrite dans son rapport spécial.

IV) ADMINISTRATION ET CONTROLE DE LA SOCIETE

Nous vous précisons qu'aucun mandat d'administrateur ou de Commissaire aux Comptes n'est arrivé à expiration.

- Liste des mandats et fonctions :

Commissaire aux comptes : société ORCOM

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous présentons la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun des mandataires sociaux.

Mandataire social : Monsieur Vincent Garnier, Directeur général.

Votre Conseil vous invite, après la lecture des rapports présentés par votre Commissaire aux Comptes, à adopter les résolutions qu'il soumet à votre vote.

RAPPORT D'ACTIVITES 2019

Au cours de sa 3^{ème} année d'existence et après avoir bâti depuis 2017 les fondements de sa gouvernance, de son organisation et de son action, **la SPL Clermont Auvergne Tourisme a poursuivi en 2019 ses efforts en matière de structuration, d'accueil des publics et de promotion de la destination** (*Plan d'actions voté en CA le 14 septembre 2018*).

Concernant le volet **Ressources Humaines**, la priorité a été donnée à l'efficacité de notre organisation en misant sur davantage de communication interne et de transversalité entre services. Cette année a également vu la fin des mises à disposition de personnels par Clermont Auvergne Métropole ainsi que la résolution amiable d'un contentieux avec une personne anciennement salariée de l'Office de Tourisme de Royat - Chamalières.

S'est aussi posée la **question commerciale** et, à travers elle, celle de notre propre mode de fonctionnement en ce domaine. La réorganisation du pôle commercial a donc conduit au renforcement humain du service réceptif ainsi qu'à la nomination d'un responsable commercial. Une nouvelle stratégie commerciale, qui en définit les priorités, a également été entérinée.

L'accueil des clientèles a été au cœur des réflexions de l'Office de Tourisme métropolitain. L'année a démarré avec l'obtention de la **marque « Qualité Tourisme »**. Puis un important travail a été mené pour la définition d'un **Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI)** ; une étude spécifique a été conduite à ce sujet et les premières orientations déclinées. A également été négocié un partenariat avec le Conseil départemental qui a permis l'intégration de personnel de Clermont Auvergne Tourisme au sein du bureau d'information touristique de la gare du Panoramique des Dômes.

En outre, un focus a été apporté à la dimension internationale de notre destination, avec l'organisation des 2^{èmes} Rencontres du Tourisme métropolitain le 23 mai sur cette problématique.

D'importantes **actions de communication et de promotion** ont pu être menées en 2019 avec, notamment, une campagne d'affichage à Lyon. De nouveaux supports papier ont vu le jour et d'autres traduits, à l'instar du d'appel (anglais et néerlandais), adaptant ainsi la ligne éditoriale et la charte graphique à la globalité des éditions.

Le **volet digital** a pris pleine part dans cet important investissement en faveur de l'attractivité et de la consommation de notre territoire. Le site web a été traduit en 4 langues étrangères et ses performances accrues. De gros efforts ont été accomplis en matière de référencement naturel, d'enrichissement de contenus et de médias (photos et vidéos) ainsi que d'animation éditoriale.

La **qualification de l'offre touristique métropolitaine** (au travers de la base de données APIDAE) et **l'animation du réseau des socioprofessionnels** ont permis d'approfondir le lien entre la SPL et les acteurs, publics et privés, aux échelles locales, départementale et régionale.

Côté filières, un **comité de pilotage de la station thermale de Royat - Chamalières** a été constitué qui réunit l'ensemble des acteurs métropolitains concernés par cet axe prioritaire. En ce qui concerne le tourisme d'affaires, une « **Charte accueil congrès** » a été signée, là encore avec les acteurs ressources de notre territoire.

Enfin, il convient de noter que 2019 a été le premier exercice pour l'application du **contrat de délégation de service public** pour la gestion et la mise en œuvre des missions de l'Office de Tourisme communautaire par la SPL Clermont Auvergne Tourisme.

ENJEUX ET PERSPECTIVES 2020

2019 a constitué la 1ère année de mise en œuvre de la Délégation de Service Public pour la gestion et la mise en œuvre des missions d'Office de Tourisme.

C'est à ce titre que la SPL Clermont Auvergne Tourisme a articulé ses missions autour des quatre axes stratégiques définis par Clermont Auvergne Métropole, tout en perfectionnant ses outils tant managériaux qu'opérationnels.

2020 s'inscrira dans une double logique :

- Celle de la continuité de ses missions telles que définies au titre de l'article 1 du contrat liant Clermont Auvergne Métropole à la SPL Clermont Auvergne Tourisme : l'accueil touristique, fonction régalienne de notre institution, fera l'objet d'un Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information Touristique (SADI) ; les partenariats et échanges avec les acteurs touristiques publics et privés s'affineront (Organisation des Rencontres du Tourisme métropolitain, organisation de réunions thématiques...). Sans oublier la poursuite des efforts en matière digitale en faveur de l'acquisition de contenus et d'audience.

- Mais aussi une logique de rupture avec, notamment, la refonte de la stratégie commerciale de l'Office de Tourisme métropolitain, voire encore l'initiation d'une démarche de tourisme responsable de la destination et la définition d'une nouvelle stratégie dans le domaine du tourisme d'affaires.

1. MISSION ACCUEIL ET INFORMATION

Extrait plan d'actions 2019

OBJECTIFS	ACTIONS	CIBLES		FILIÈRES				FICHES ACTION	INDICATEURS	Etat d'avancement
		Grand public	Professionnels	URBAIN & CULTUREL	THERMALISME SANTE	SPORTS & PLEINE NATURE	CONGRES & AFFAIRES			
Positionner les points d'accueil touristiques en fonction des flux de visiteurs sur le territoire	Mise en place du Schéma d'Accueil et d'Information (SADI)	X	X	X	X	X	X	N°1: SADI	Rapport du SADI	Etude menée Plan d'action pluriannuel
	Création de points I mobiles selon les événements	X		X		X	X	N°2 : Maison de site du puy de Dôme	Fréquentation touristique des points Infos	Présence sur la Maison de site pdd
Répondre aux nouvelles habitudes des visiteurs (accueils numériques, boutique valorisée, aller au contact du client, espaces récréatifs...)	Aménagement des lieux d'accueils existants (Maison du Tourisme) ou autres projets (site du Puy de Dôme)	X	X	X		X	X	N°3 : Travaux Maison du Tourisme Clermont – Ferrand		Non réalisé En attente de travaux dans les bureaux d'information
Conforter les conseillers en séjour dans leur rôle d'ambassadeurs en développant leur connaissance du territoire	Eductours - visites des socioprofessionnels participations aux événementiels	X	X	X	X	X	X		Rapports de visites workplace	Amélioration continue

Mieux connaître les clientèles de la destination pour les fidéliser	Exploitation d'une nouvelle GRC - Formation du personnel	X	X	X	X	X	X	N°4 : Exploitation de la GRC	Campagnes réalisées à partir de la GRC	GRC : outil acquis
	Développement des outils marketing d'évaluation, d'observation et d'analyse	X		X	X	X	X		Rapport d'activités	Travail en cours
Quantifier et qualifier l'offre touristique de la Métropole	Mise à jour annuelle des informations touristiques sur APIDAE	X	X	X	X	X	X		Nombre de fiches	Travail continu
Valoriser le potentiel touristique métropolitain et accompagner les événements culturels majeurs	Animations hors les murs - Espace Victoire - Expositions	X		X	X	X	X	Cf Fiche N°3	Fréquentation de l'espace Maison du Tourisme	Réalisé
	Mise en place d'un agenda unique partagé		X	X	X	X	X		Nombres d'événements relayés - appropriation de l'outil par les partenaires	Travail de collecte sur Apidae
Adapter nos services aux clientèles internationales	Formation renforcée du personnel aux langues étrangères								Nombre d'heures de formation	Travail continu
	Apporter notre concours à nos partenaires pour l'approche des clientèles étrangères	X		X	X	X	X			Non réalisé

1. Objectif : Positionner les points d'accueil touristiques en fonction des flux de visiteurs sur le territoire

Conditions d'ouverture des bureaux d'information touristique 2019

Ce choix d'horaires a été défini en fonction de plusieurs critères :

- L'observation des flux des visiteurs par les conseillers en séjours
- L'adaptation aux horaires d'ouverture des commerces environnants.
- La nécessité de dégager du temps de travail collectif le lundi matin, sur le créneau le moins fréquenté de la semaine

Points d'information touristique	Horaires d'ouvertures	Nombre de personnes qualifiées - renseignées en 2019
Clermont-Ferrand	Du 1er juillet au 31 août : Ouvert tous les jours de 10h à 19h Du 1er septembre au 30 juin : Ouvert tous les jours de 10h à 18h Week-ends et jours fériés de 10h à 13h et de 14h à 18h Fermeture le 25 décembre et le 1er janvier Fermé les dimanches de janvier et novembre. Fermé le lundi matin jusqu'à 13 heures hors vacances scolaires (toutes zones confondues) et jours fériés ou événements exceptionnels (ex : journées du patrimoine)	Env. 40 000
Royat	De janvier à mars et novembre/ décembre : du lundi au vendredi : 10h/12h - 14h/17h Avril : du lundi au samedi : 9h- 12 /14h-18h et jours fériés : 9h30- 12h Mai - juin : du lundi au samedi 9h-12h/14h-18h et dimanches et jours fériés : 9h30-12h Juillet/août : du lundi au vendredi : 9h-18h samedis : 9h-12h/ 13h30-18h dimanches et jours fériés : 9h30-12h /14h -17h Septembre : du lundi au samedi : 9h-12h/14h-18h dimanche et jours fériés : 9h-12h Octobre : du lundi au samedi : 9h-12h/14h-18h	Env. 26 000
Puy de Dôme	De mars à juin et de septembre à novembre : tous les jours 9h-17h Juillet/aout : tous les jours de 9h à 19h	Env. 4000
Pont du Château	En juillet et août : du mardi au dimanche de 10h à 12h et de 14h15 à 18h	245
Hors les murs	Pots d'accueil au Casino de Royat deux mardis sur trois durant la saison thermale de mars à novembre 26 juin : accueil des nouveaux Clermontois Forum des associations Sommet de l'élevage	1 350 + 100
	Total	71 695

Source : Chiffres de fréquentation estimés à partir des comptages manuels effectués par les conseillers en séjour sur les différents sites

Statistiques entrées Maison du Tourisme – Clermont

Suite aux problématiques récurrentes, de portes d'entrée, de déplacement des compteurs, d'incohérence de comptage, nous ne sommes pas en mesure de communiquer des chiffres fiables de visiteurs mensuels.

Cette problématique sera traitée en 2021 avec un changement des outils de collecte.

Les chiffres communiqués plus haut sont produits à partir des comptages manuels des conseillers en séjour, qui enregistrent chaque demande d'information sur le logiciel d'accueil. Ils ne prennent pas en considération les passages à la Maison du tourisme, sans contact avec les conseillers en séjour.

A titre d'information :

Passages enregistrés à la Maison de site en 2017 : 160 850 passages / 2018 : 154 456 passages

Satisfaction des visiteurs

Indicateurs qualité collectés :

Avis réseaux Sociaux	Questionnaires Satisfaction (accueil + à distance)	Réclamations écrites	Suggestions et remarques orales	Questionnaires Visites guidées	Questionnaires Groupes	Total Retour clients
79	220	17	246	94	7	663

Satisfaction des visiteurs : **97 % de clients satisfaits et très satisfaits** (cf Questionnaires Qualité diffusés à l'accueil et à distance – échantillon de 220 questionnaires)

Détails des taux de satisfaction :

Que pensez-vous des panneaux de signalisation pour se rendre à la Maison du Tourisme ?
89% de clients satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous du stationnement à proximité de la Maison du tourisme ?
72% de clients satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous de l'identification de la Maison du Tourisme ?
92% de clients satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous des jours et horaires d'ouverture de la Maison du Tourisme ?
99% de clients satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous de l'environnement extérieur de la Maison du Tourisme ? (propreté)
96% de clients satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous de l'information en libre-service à la Maison du Tourisme ?
96% de clients satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous de l'espace d'accueil de la Maison du Tourisme ? (ambiance propreté, confort)
99% de clients satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous du temps d'attente ?

96% satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous du personnel ?

96% satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous de l'information transmise ?

96% satisfaits et très satisfaits

Que pensez-vous de la boutique ?

92% satisfaits et très satisfaits

Mise en place du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information touristique (SADI) – Fiche Action n°1

OBJECTIFS	MISE EN PLACE DU SADI SCHEMA D'ACCUEIL ET D'INFORMATION TOURISTIQUE						
Partenaire	Conseil départemental - communes - Clermont Auvergne Métropole						
Descriptif de la mission Mode opératoire	Connaître les comportements et usages des clientèles Auto-évaluer et challenger le service accueil Dresser un état des lieux des outils d'accueil et de diffusion de l'information à partir des parcours clients « dans les murs » et « hors les murs » Elaborer des scénarios de progression puis les confronter aux usages des clientèles. Animer le SADI et son déploiement.						
Cibles	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	PARTE-NAIRES	PRO	PRESSE
Filières	Thermalisme - Bien-être	Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture	Tourisme d'affaire - Congrès		
Moyens Humains	Groupe de travail interne + Direction du Tourisme CAM						
Budget	Belvédère Conseil – 12 000 € HT						
Planning	De janvier à décembre 2019						
Indicateurs de suivi	Fréquentation des bureaux, des sites internet, des points i mobiles, consommation touristique sur le territoire						
Risques et contraintes	Nécessité d'une implication forte des conseillers en séjour, début du SADI en dehors de la pleine saison touristique, période moins propice à la collecte de données						

Méthodologie :

Janvier	Rédaction du cahier des charges
Mi-avril	Choix d'un cabinet conseil
06 et 07 juin 27 et 28 juin 10 et 11 juin 14 et 15 octobre	Sessions de travail collectives avec le Cabinet Belvédère Conseil
02 et 03 septembre	Rencontres avec des acteurs du territoire
Décembre	Plan d'actions pluriannuel SADI
	Vote du plan d'action en Conseil d'administration SPL

Bilan de l'action

Suite à cette étude portant sur 7 mois, nous avons identifié 8 pistes de travail :

- ⇒ **Mieux connaître nos clients**
 - Cibler nos segments de clientèle prioritaires
 - Intensifier les expériences de l'équipes de l'OTM
 - Organiser la collecte de données

- ⇒ **Aménager les parcours clients**
 - Traiter les irritants
 - Formaliser les parcours thématiques
 - Capitaliser sur la « ville qui monte »

- ⇒ **Travailler en permanence avec nos partenaires**
 - Mettre en place le comité technique
 - Accompagner les partenaires dans l'accueil des clients
 - Associer les communes de la métropole au développement touristique

- ⇒ **Redonner du sens aux espaces d'accueil**
 - Faire réaliser des travaux
 - Travailler sur la porte d'entrée UNESCO sur le site du puy de Dôme
 - Organiser des accueils hors les murs
 - Proposer des outils numériques pour des visites thématiques

- ⇒ **Retravailler notre communication (narrative, personnelle, échos d'expérience...)**
 - Apporter de nouveaux contenus digitaux en associant nos partenaires
 - Inviter les clients à produire du contenu
 - Retravailler le référencement du site
 - Enrichir le brandbook

- **Imaginer une nouvelle valorisation de notre destination en développant des contenus différenciants**
 - Mise en scène sonore de notre destination

- **Adapter notre organisation interne pour porter le Sadi**
 - Formation aux méthodes de gestion projet agile
 - Fluidification des prises de décisions

Ces actions se répartissent sur 3 ans 2020, 2021 et 2022.

Cf annexe n°9 :

Plan d'actions détaillée

Retour sur les recommandations du Cabinet Belvédère

Création d'un point I à la Maison de site du puy de Dôme - *Fiche action n°2*

OBJECTIFS	CREATION D'UN POINT D'INFORMATION TOURISTIQUE A LA MAISON DE SITE DU PUY DE DOME							
Partenaire	Conseil départemental du Puy-de-Dôme							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Définition des modalités techniques et financières de la mutualisation d'un point d'accueil touristique à la Maison de site du Puy de Dôme							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pro	Presse
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès	
Moyens Humains	1,05 ETP							
Budget	Prévisionnel 22 000 € - réalisé : 33 445 €							
Planning	Présence de personnel de mars à novembre							
Indicateurs de suivi	Fréquentation touristique							
Risques et contraintes	Faisabilité financière du projet							

Bilan de l'action

Une convention a été signée entre le département et la SPL – *Cf annexe n°5*

- **2 personnes mises à disposition** en renfort des équipes du département :
 - Une collaboratrice – Temps plein – du 13/03 au 31/10
 - Une collaboratrice – Temps partiel – du 27/03 au 27/10
- Coût : 33 445 € (22 000 € budgétés)

Explications :

Besoin plus long que sur la période initialement exprimée (période de formation de 15 jours avant la prise de poste)

Travail le dimanche, payé double et récupéré



Nouvel Espace aménagé à notre demande par le Département : banque d'accueil déplacée, tables hautes et manges-debout, documentations en libre-service.

Typologie des visiteurs

Randonneurs occasionnels

Randonneurs aguerris

Visiteurs « surprise » (sur le chemin des vacances)

Visiteurs de passage (arrêtés sur le chemin des vacances mais qui ont prévu cet arrêt : famille habitant sur le territoire, habitués à s'arrêter dans la région...)

Voyageurs itinérants (camping-caristes, bivouac) - Curistes

Thèmes des demandes



Fréquentation

Estimée à environ **23 000 visiteurs** – on estime que 6% du trafic général s'arrête à la Maison de site - Résultat sensiblement équivalent à 2018

« Effet Unesco » non ressenti par les équipes, les visiteurs étaient peu informés de l'inscription.

Points positifs

- Réel espace d'information touristique, dédié à ce seul usage
- Large choix de documentations touristiques émanant des différentes institutions
- Très bonne entente entre les équipes CD 63 et SPL

Pistes d'amélioration

- Continuer à aménager l'espace pour le rendre plus attractif
- Valoriser davantage la présence de Clermont Auvergne Tourisme sur le site via une vitrophanie, des visuels, l'identification des agents

2. Objectif : Répondre aux nouvelles habitudes des visiteurs (accueils numériques, boutique valorisée, aller au contact du client, espaces récréatifs...)

Redéfinition des espaces d'accueil et de vente de la Maison du Tourisme de Clermont - Fd

Malgré une réflexion menée en interne par des salariés de l'Office de tourisme, ce projet, considéré comme nécessaire dans le Schéma d'Accueil et d'Information Touristique, n'a pu aboutir en raison du manque de financement.

Ce projet vise à :

- Réaliser des travaux dans l'espace d'accueil pour redéfinir les espaces (Accueil, Exposition, boutique, back office), refaire les sols, les murs, les zones d'accueil, les éclairages, etc
- Créer une scénographie pour raconter une histoire dès l'entrée dans la Maison du tourisme
- Redéfinir une véritable boutique avec des rayonnages plus nombreux et une valorisation des produits locaux

Ce projet nécessite :

- Une étude des travaux et du budget consacré à ces travaux
- Un accompagnement pour la scénographie
- L'achat de nouveaux mobiliers

3. Objectif : Conforter les conseillers en séjour dans leur rôle d'ambassadeurs en développant leur connaissance du territoire

Bilan de l'action :

Visites des socioprofessionnels – participations aux évènementiels

Les collaborateurs se sont rendus chez différents prestataires pour mieux connaître l'offre touristique, ce travail de terrain est encouragé auprès des équipes pour parfaire leur connaissance de l'offre touristique et devenir des experts de la destination. **Soit un total de 33 visites**

PARTENAIRES	DATE DES VISITES
L'Escapad - St Genès Champanelle	21/01/2019
Asm Expérience	12/02/2020
L'AvanC (salle de spectacle)	31/01/2019
Résidhome Gergovia	31/01/2019
Campanile Centre	31/01/2019
Ibis style république	31/01/2019
Hôtel Clermont Estaing	31/01/2019
Ace Hôtel Pardieu	21/02/2019
L'Ile aux Pierres (lave émaillée artisanat)	11/03/2019
Musée d'Art Roger Quilliot	12/03/2019

Archipel Volcans	13/03/2019
Le Radio	13/03/2019
Casino de Royat	18/03/2019
ASM Events et Stade Michelin	04/04/2019
Hôtel Artyster	04/04/2019
Le Petit Siam Chambres d'hôtes et gîte	09/04/2019
Le Dav'Hôtel	10/04/2019
Côté Tiretaine Chambres d'hôtes et crêperie	24/04/2019
Ibis Herbet	03/05/2019
Ibis Style Clermont Gare	03/05/2019
Le relais des puys gîte	03/05/2019
Volcan de Lemptegy	13/05/2019
Camping Le Chanset	10/06/2019
Musée Bargoin	26/06/2019
FRAC	08/07/2019
Exposition Ikats	09/07/2019
Vulcania	18/07/2019
Première classe hôtel	12/09/2019
Musée de la vigne et du vin	21/10/2019
Hall 32	31/10/2019
La Grange des puys – gîte	19/11/2019
Novotel Brézet Hôtel	27/11/2019
Turing 22 -espace séminaire coworking	04/12/2019

Indicateur : visites des partenaires

4. Objectif : Mieux connaître les clientèles de la destination pour les fidéliser

Mise en place d'une GRC (Gestion Relation Clients) – Fiche action n°4

Objectifs	MISE EN PLACE D'UNE NOUVELLE GRC CRÉATION D'UNE POLITIQUE DE MARKETING AUTOMATION							
Partenaire	Faire savoir - négociation groupée pour l'utilisation de l'outil (CD 63, Riom source et volcans)							
Descriptif de la mission Mode opératoire	<ul style="list-style-type: none"> - Quantifier et qualifier les contacts - Connecter la GRC aux différents canaux (site, Wi-Fi, demande courrier papier, téléphones, centrale de réservation, place de marché,...) - Créer une politique de marketing automation : accompagner et séduire nos visiteurs via des e-mails, SMS, définir des scénarii correspondant aux parcours clients - Dégager des données statistiques fines pour faire évoluer nos stratégies 							
Cibles	GP	Curistes	Tou-ristes	Excur-sion-nistes	Rési-dents	PARTE-NAIRES	PRO	PRESSE
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature	Tourisme ur-bain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès		
Moyens Humains	<ul style="list-style-type: none"> - Équipe des conseillers en séjour - Suivi : Virginie DELAS - Mathieu BRUC 							
Budget	<ul style="list-style-type: none"> - Outil + licence : 2500 € HT - Formation : 990 € HT 							
Planning	<ul style="list-style-type: none"> - Choix de l'outil automne 2018 - formation du personnel hiver 2018 - Début de l'exploitation de l'outil janvier 2019 							
Indicateurs de suivi	- Nombre de prospects							
Risques et contraintes	<ul style="list-style-type: none"> - Problèmes techniques de mises en place de passerelles entre 2 outils (Apidae - Tourinsoft) - Implication nécessaire des équipes en interne 							

Bilan de l'action :

L'outil Tourinsoft a été repris pour l'année 2019.

Il permet de répondre aux demandes d'information par tous les canaux.

Une solution plus fonctionnelle est à l'étude en collaboration avec les offices du tourisme du département et le département.

Développement des outils marketing d'évaluation, d'observation et d'analyse

Mise en place d'un observatoire touristique

OSE Clermont a été créé depuis 2012 à l'échelle du pôle métropolitain. Il a comme objectif d'être un lieu de croisement et de débat autour de la connaissance de la situation économique de notre territoire, d'en révéler les enjeux et de proposer des pistes d'actions ou des leviers pour améliorer ou doper la situation. Cette plateforme est multi-partenaire et constitue un outil d'aide à la décision pour les collectivités dans le cadre de leur politique publique et leur suivi.

Le Comité de Pilotage de juin 2017 a dressé les lignes d'études prioritaires pour OSE. Clermont Auvergne Métropole et Vichy communauté ont interrogé la possibilité et la faisabilité de réfléchir à la structuration d'un observatoire du Tourisme au sein de OSE afin de les aider à définir, orienter et suivre leur politique en matière de Tourisme.

Suite à l'étude multi-partenaire de préfiguration qui a été menée en 2018, un Comité de Pilotage de lancement de l'Observatoire du Tourisme s'est tenu le 20 mars 2019 pour en valider les enjeux et les règles de fonctionnement. Il est animé par l'Agence d'Urbanisme et de Développement Clermont Métropole. Cet Observatoire est une plateforme multi-partenaire autour de quatre EPCI (Clermont Auvergne Métropole, Vichy Communauté, Riom Limagne et Volcans et Mond'Arverne Communauté) et des principaux acteurs du tourisme (Auvergne Rhône Alpes Tourisme, Offices de Tourisme intercommunaux, CCI du Puy-de-Dôme, Allier Tourisme, Conseil Départemental du Puy-de-Dôme...).

Cet observatoire du tourisme se veut un outil d'aide à la décision pour une stratégie de développement touristique partagée du territoire. La seconde mission de l'observatoire du tourisme est la réalisation d'un sujet d'expertise sur l'une des quatre thématiques prédéfinies : tourisme d'affaires, tourisme thermal, tourisme de pleine nature, tourisme culturel et urbain.

Sa gouvernance est assurée par :

- un comité de pilotage dédié
- un **comité technique, dont fait partie Clermont Auvergne Tourisme**
- des groupes de travail thématiques

Ce comité technique s'est réuni à de nombreuses reprises tout au long de l'année 2019 :

- vendredi 8 mars
- vendredi 19 avril
- mercredi 22 mai
- mercredi 26 juin
- lundi 23 septembre
- vendredi 22 novembre

Deux importantes actions ont été menées en 2019 :

- La réalisation d'une enquête de conjoncture qui a dressé la 1^{ère} tendance de la saison touristique estivale 2019

Cf annexe n°10 – Bilan saison estivale

En partenariat avec la Métropole et Clermont Auvergne Tourisme, cette enquête de conjoncture a été réalisée (du 20 au 23 août) par le Comité Régional du Tourisme (CRT) Auvergne – Rhône – Alpes. Elle a dressé un pré-bilan de l'activité touristique estivale et fait le point sur les prévisions de fréquentation pour septembre à travers une enquête téléphonique, réalisée selon la méthode des quotas, externalisée à l'agence Novamétrie.

Le questionnaire comportait une vingtaine de questions : fréquentation du mois / saison écoulée ; origine des clientèles ; perspectives de fréquentation...

41 professionnels représentatifs du secteur touristique de la métropole clermontoise ont répondu à ce questionnaire.

Il ne s'agissait là que d'une 1^{ère} tendance, traduisant le ressenti exprimé par les professionnels du tourisme interrogés. Elle a été complétée par la suite avec les chiffres de fréquentations récoltés auprès de l'INSEE et de la Direction du Tourisme de Clermont Auvergne Métropole (résultats de collecte de la taxe de séjour).

Avec l'appui de l'observatoire d'Auvergne – Rhône – Alpes Tourisme, l'Observatoire du tourisme a œuvré pour la mise en œuvre, du 4 avril au 2 novembre 2020, d'une ambitieuse enquête destinée à améliorer nos connaissances sur le profil de nos clientèles touristiques ; cela afin naturellement d'affiner notre stratégie marketing.

Celle-ci n'a malheureusement pas pu être déployée en raison de la crise sanitaire.

Travail marketing : création de personae

Dans le cadre du Schéma d'Accueil, une réflexion collective a été menée pour identifier des personae, ils sont, dans le domaine marketing, des personnages imaginaires représentant un groupe ou segment cible, ils sont généralement dotés d'un prénom et de caractéristiques sociales et psychologiques.

Ce travail a servi notamment au développement des contenus web.

Cf annexe n°11 – Travail des personae

5. Objectif : Quantifier et qualifier l'offre touristique de la Métropole

Mise à jour annuelle des informations touristiques sur APIDAE, la base de données touristiques

En 2019, on comptabilise **1929** fiches créées et **5016** modifiées.

Indicateurs : Nombres de fiches créées et / ou modifiées en 2019

	janv.		févr.		mars		avr.		mai		juin		juil.		août		sept.		oct.		nov.		déc.		Annuel	
	Créa	Modif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Mo-dif	Créat	Modif
Nombre de fiches saisies																										
Agenda	143	199	85	136	114	141	187	232	120	197	104	193	88	127	178	176	113	171	230	285	156	207	172	232	1 690	2 296
Hôtels	0	40	0	11	0	11	0	12	0	3	0	6	0	13	0	3	1	6	0	9	0	14	0	9		
Chambres d'hôtes + Meublés	2	185	0	4	0	14	5	29	3	7	1	6	0	126	0	6	0	4	8	75	7	151	1	28		
Hébergements collectifs	0	1	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	1	0	2	0	4	0	1		
Campings et Aires de Services	0	5	0	0	0	4	0	1	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2	0	6	0	1		
Restaurants	2	44	1	22	5	19	4	42	2	32	2	37	0	11	0	12	0	27	0	4	0	6	0	42		
Autres types objets (sauf EVE)	24	146	26	117	9	99	26	83	34	98	22	105	4	160	8	83	6	131	13	112	12	342	18	133		
Cumul mensuel	171	620	112	292	129	289	222	399	159	339	129	347	92	445	186	280	120	340	243	489	175	730	191	446	1 929	5 016

Coût annuel :2500 € HT – Contribution 2019 APIDAE

6. Objectif : Valoriser le potentiel touristique métropolitain et accompagner les événements culturels majeurs

Espace Victoire : espace dédié aux expositions au sein de la Maison du Tourisme

L'Espace Victoire constitue une vitrine des savoir-faire et des attraits touristiques de notre territoire, portés par les actionnaires de la SPL Clermont Auvergne Tourisme, des talents de notre métropole, et des grands événements qui s'y déroulent en particulier ceux soutenus par Clermont Auvergne Métropole et ceux qui contribuent à la candidature de Capitale européenne de la Culture.

PERIODES	EXPOSITIONS
Jusqu'au 25/01	Expo photo #MonClermont issue du concours photos sur les réseaux sociaux organisé conjointement avec la Ville de Clermont-Ferrand et Clermont Métropole. Valorisation de la destination à travers les objectifs de ses habitants.
Du 02/02 au 28/02	Affiches de cinéma de Jean Mascii , exposition proposée dans le cadre du festival du Court Métrage, en liaison avec le centre métropolitain de documentation du cinéma et du court-métrage de La Jetée. En écho au rayonnement culturel de la métropole.
Du 09/03 au 08/04	Exposition BE CAP proposée par la CAPEB 63 : la vision de 8 artistes sur l'artisanat du bâtiment et son avenir. En appui aux savoir-faire locaux.
Du 20/05 au 16/06	Les Arts en Balade : carte blanche à la plasticiennes Marie-Pierre Letrouit, prix du public de l'édition 2018. Manifestation culturelle grand public, portée en particulier par les Villes de Clermont, Beaumont, Chamalières et Clermont Métropole.
Du 18/06 au 30/06	Clermont dessine . Animation culturelle connexe aux Rendez-vous du Carnet de Voyage, portée en particulier par Clermont Métropole.
Du 19/07 au 15/09	Musée archéologique de la Bataille de Gergovie : en préfiguration de l'ouverture au musée au public, renforcement de l'attractivité touristique partenariale.
21/09	Effervescences
Du 01/11 au 02/11	Siestes Musicales dans le cadre du festival Musiques Démesurées . Manifestation portée en particulier par la Ville de Clermont et Clermont Métropole.
Du 05/11 au 24/11	20e anniversaire du Rendez-vous du Carnet de Voyage : Regard sur le monde de Michel Renaud. Le fondateur de ces Rendez-vous fut un voyageur insatiable et grand amateur de photographie. Manifestation culturelle, portée en particulier par la Ville de Clermont et Clermont Métropole.
A partir du 03/12	Expo photo #MonClermont (voir plus haut)

Mise en place d'un agenda unique partagé

Le réseau d'informations touristiques Apidae propose un outil collaboratif qui permet à plusieurs utilisateurs de mettre à jour et d'utiliser simultanément la même base de données touristiques avec des rôles et permissions distincts pour éviter les doublons.

Courant avril 2019, notre référent Apidae de Clermont Auvergne Tourisme a formé de nouveaux utilisateurs parmi les services de Clermont Auvergne Métropole pour leur permettre de saisir et mettre à jour des offres notamment concernant l'agenda des fêtes et manifestations.

Cette formation a porté sur la saisie des offres mais aussi sur leur diffusion. Ainsi, Clermont Auvergne Métropole a la possibilité de connecter son site Internet au logiciel Apidae pour afficher l'agenda du territoire.

L'agenda est donc ainsi partagé en termes de saisie et de diffusion. Une mise à jour sur Apidae permet de mettre à jour simultanément l'ensemble des sites connectés.

La répartition sur la responsabilité des mises à jour des offres a été définie comme suit :

Thèmes	Structures responsables de la mise à jour Apidae
Agenda culturel en général	Clermont Auvergne Tourisme
Agenda culturel pour les bibliothèques	Clermont Auvergne Métropole / Dir. Culture / Bibliothèque Numérique
Hockey + patinoire	Clermont Auvergne Métropole / Dir. Commun-clermont Auvergne Tourismeion
ASM	Clermont Auvergne Tourisme
Clermont Foot	Clermont Auvergne Tourisme
Piscines métropolitaines	Clermont Auvergne Tourisme
Volley Chamalières	Clermont Auvergne Tourisme
Événements (Métropolitaine, All Star Perche, etc.)	Clermont Auvergne Tourisme
Événements économiques, habitat	Clermont Auvergne Métropole

7. Objectif : Adapter nos services aux clientèles internationales

Formation du personnel aux langues étrangères / adaptation des outils de communication

Une collaboratrice s'est formée à l'anglais pour assurer des accueils presse en langue étrangère.

La signalétique directionnelle a été traduite en anglais et néerlandais.

Le standard téléphonique a été décliné en anglais et en néerlandais.

Nous avons créé des déclinaisons en langues étrangères du site internet – *Voir page 73*

Le document d'appel Villes avec vues a été traduit en anglais et néerlandais – *Voir page 47*

2 personnes ont participé à un atelier d'une journée, le 14 juin, organisé par le club hôtelier portant sur la compréhension et l'accueil des clientèles chinoises

Apporter notre concours à nos partenaires pour l'approche des clientèles étrangères

Les 2^{ème} Rencontres du Tourisme avait pour thématique « **Accueil des clientèles étrangères** », cet événement était une opportunité de sensibiliser les professionnels du tourisme à cet enjeu. - *Voir page 118*

2. PROMOTION ET COMMUNICATION TOURISTIQUE

OBJECTIFS	ACTIONS	Gd Public	Pros	urbain	Thermal	sport	Congrès	Fiches actions	Indicateurs	Etat d'avancement
Affirmer l'image de la destination Clermont Auvergne Tourisme	Poursuite de l'application de la charte graphique sur nos supports de communication (print et web)	X	X	X	X	X	X		Editions 2019	Action réalisée
	Enrichissement de la photothèque et la vidéothèque selon les préconisations de l'agence de communication- utilisation d'une plateforme pour centraliser les données			X	X	X	X		Nombres de photos / vidéos - consultations web	Action réalisée
	Edition d'un magazine destination annuel et d'un webzine	X		X	X	X			Données de fréquentation du site Internet	Action reportée pour la version papier Webmag réalisé
	Développement des accueils presse et opérations professionnelles		X	X	X	X	X	N° 10 : Accueils presse	Nombre d'accueils presse - Valeur contre publicitaire	Action à développer
	Animation réseau de blogueurs et influenceurs régionaux	X	X	X		X				
Capitaliser sur l'inscription de la Chaîne des Puys - faille de Limagne au patrimoine mondial UNESCO	Réalisation d'un plan d'actions mutualisé avec le département 63	X				X		N°6 : UNESCO	Action reportée	

Asseoir la légitimité de la destination "Tourisme d'affaire"	Déploiement du site Congrès		X				X	N°11 MEET PRO	Données de fréquentation Site Congrès Nombre de congrès appuyés par l'OTM Volume d'affaire Congrès / territoire	En cours Travail continu
	Accueil presse spécialisée									
	Organisation d'éductours									
	Présence sur les salons									
	Edition d'un document d'appel et d'un guide des professionnels									
	Démarchage commercial									
	Présence permanente de l'office de tourisme sur les lieux de congrès Organisation d'un workshop avec les partenaires affaires									
Renforcer notre communication digitale	Développements Site Internet (fonctionnalités et contenus)	X	X	X	X	X	X	N°7 : Développement site Internet	Données de fréquentation	Action en cours
	Mise en oeuvre campagne webmarketing	X		X	X	X			Données de fréquentation et conversion	Action réalisée
	Animation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Tripadvisor)	X	X	X	X	X		N° 9:Animation des réseaux sociaux	Données de fréquentation : abonnés - taux d'engagement - nbre de posts	Action réalisée
	Diffusion renforcée des newsletters selon les différentes cibles	X	X	X	X	X	X		Nombre d'envois Taux d'ouverture	Action réalisée
	Intégration de la plate-forme itinérance (e-rando 63)	X					X		Données de fréquentation	Action à développer
	Réflexion et mise en place de nouveaux outils numériques immersifs (en lien avec AROVEMAC)	X		X	X	X				Dossier présenté mais non retenu
Accroître la fréquentation touristique des clientèles étrangères	Rapprochement avec le CRT AURA et Atout France pour mener des actions collaboratives en lien avec nos clientèles prioritaires sur nos marchés étrangers	X		X			X	N°12 Opération de communication Lyon (printemps 2019)	Nombre de visiteurs / contacts + partenaires	Action en cours
	Création de partenariats avec l'université d'Auvergne	X		X			X			Action reportée
	Traduction du site internet et des éditions en 2 langues étrangères (anglais / néerlandais)	X		X	X	X	X	Cf N°7	Données de fréquentation	Action réalisée

1. Objectif : Affirmer l'image de la destination Clermont Auvergne Tourisme

Poursuite de l'application de la charte graphique sur nos supports de communication (print et web)

Pour rappel : Brandbook Clermont Auvergne Tourisme 2018

LES VALEURS

qui sommes-nous ?



épanouissement (réalisation de soi, expériences...)

harmonie (bien-être, équilibre, sérénité)

dynamisme (innovation, compétitivité) (sport, sensations)

naturalité (authenticité, simplicité, écologie)

plaisir (sorties, culture, gastronomie)

convivialité (accueil, qualités humaines, passions partagées)

3 AXES PRINCIPAUX

se dégagent des filières priorisées par le schéma de développement touristique



- une segmentation des messages qui n'est pas discriminante d'une filière à l'autre (les axes peuvent se croiser)
- une segmentation sans notion de hiérarchie
- une segmentation permettant d'affiner les cibles

LE POSITIONNEMENT

il est unique, et sert de fondation et de fil conducteur à toute prise de parole du territoire



RÉVÉLEZ-VOUS



Les visiteurs peuvent être amenés à croiser les différentes offres touristiques au sein de la même journée.

Editions 2020

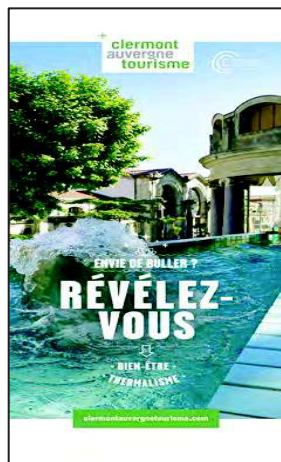


Guide des hébergements thermaux

Document dédié aux hébergements répondant aux besoins des clientèles en séjour thermal – recensement des meublés – Hôtels de Royat – Chamalières – Campings de la métropole
7000 ex – Coût 3618 € HT

**Guide des restos, sorties, emplettes,
activités**

15 000 exemplaires
Coût : 5967 € HT

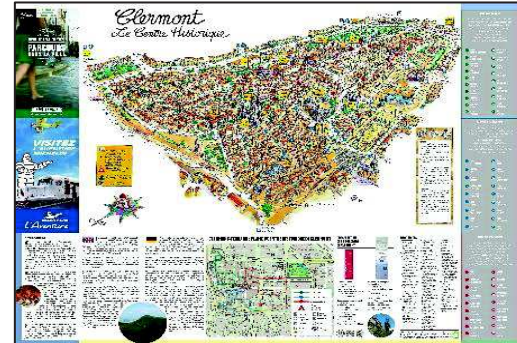


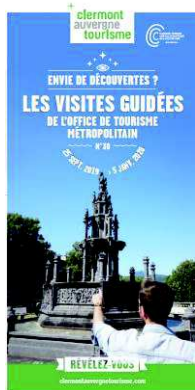
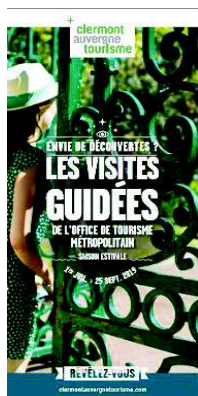
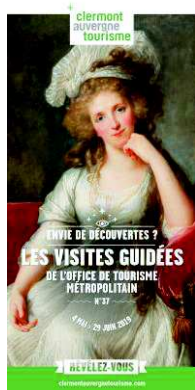
**Parcours dans la station
thermale**

Royat-Chamalières
7 000 exemplaires
Coût : 995 €

**Parcours dans la ville
(Clermont et Montferrand)**

30 000 exemplaires
Coût : 4695 €





Dépliant visites guidées

printemps

7000 exemplaires

Dépliant visites guidées été

40 000 exemplaires

(avec diffusion par prestataire extérieur chez les hébergeurs, sites touristiques et bureaux d'information touristiques de tout le département 63)

Dépliant visites guidées

Automne

Coût : 4262 € HT

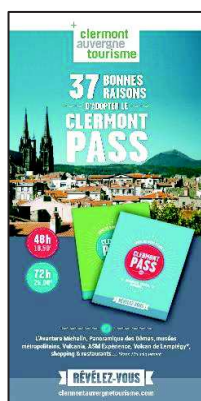
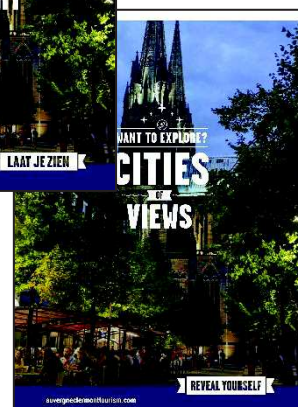
Document d'appel Ville(s) avec vues en anglais

5000 exemplaires

Document d'appel Ville(s) avec vues en néerlandais

5000 exemplaires

Coût : 4406 € HT



Dépliant de promotion des

ClermontPass

40 000 exemplaires

(avec diffusion par prestataire extérieur chez les hébergeurs, sites touristiques et bureaux d'information touristiques de tout le département 63)

Coût : 4700 € HT (Pass, dépliant, vitrophane, achat espace publicitaire)

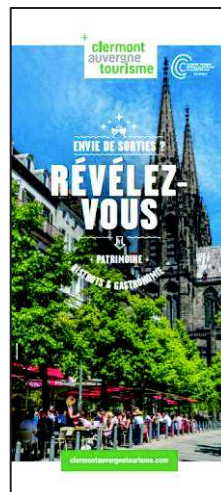
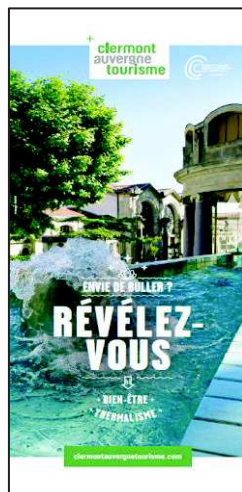
**Dépliant de promotion des
séjours individuels packagés**
(tout feu, tout flamme)
10 000 exemplaires
Coût : 406 € HT



La charte a été déclinée sur différents supports :

- Stands de salon
- Goodies
- Rolls up

Dans nos espaces d'accueil, à travers l'installation de vitrophanies chartées.



Exemples de visuels 2019 – Rolls up

Création de goodies
pour valoriser notre destination au sein des salons ou
événements,
comme le Tour de France :

- Eventail en bois : 500 ex
- Gourde marquage quadri : 500 ex
- Essui-lunettes made in France : 2 000 ex
- Marque page à planter : 1 000 ex
- Planche à découper en bois made in Europe : 500 ex
- Clé USB 4 GB : 1 000 ex



Coût d'achat : 12 467 € HT

Enrichissement de la photothèque et la vidéothèque

Mise en place d'une photothèque en interne

Photographies réalisées selon les préconisations du Brandbook 2018

UNIVERS PHOTOGRAPHIQUE

— PRÉCONISATIONS



UN TERRITOIRE ACCUEILLANT, AUTHENTIQUE, ÉNERGISANT, COLORÉ & POSITIF



lumière, couleurs, matières

jouer sur les contrastes,
les profondeurs de champ
afin de donner du **relief**
et de l'**intensité** aux prises
de vues



expressions

veiller à ce que les portraits
reflètent des **émotions** sincères
et privilégier systématiquement
la **spontanéité**



vitalité

Compositions décadrées,
capatation de mouvements,
gros plan sur des détails d'actions...
Pour montrer une destination
vivante

Bilan de l'action :

- Recherche iconographique et acquisition des droits de reproduction.
- Prises de vues par les membres de l'équipe selon différentes thématiques.
- Achat et paramétrage du logiciel Adobe « Lightroom Classic ».
- Classement de 4 489 photos par auteurs et thématiques.
- Création d'un thésaurus index permettant de créer des collections dynamiques par sélection de mots clés.

- Traitement des métadonnées de chaque photo : mots clés, copyright, durée et nature des droits.
- Enrichissement de la photothèque : 194 photos achetées, et 669 photos prises par des membres de l'équipe de Clermont Auvergne Tourisme.
- Recherche et diffusion des photos au sein de la structure selon les besoins des différents services, dans le respect des droits d'auteur.
- Partage de photos auprès de partenaires et de la presse, dans le respect des droits d'auteurs.

Production et diffusion de quatre vidéos :

- Muzicity - City Guide Clermont : 100 % musiques actuelles.
- Une journée sur la métropole (hiver) réalisée par MesPtitsBoutsDuMonde.
- Une journée sur la métropole (printemps / été) réalisée par MesPtitsBoutsDuMonde.
- Pleine nature (automne / hiver) réalisée par LezBroz.

Budget

- Photos :
 - 7 842,76 € HT sur l'année dont :
 - Achat de droits de reproduction : 7 474,96 €
 - Logiciel Lightroom Classic : 367,80 € annuel (abonnement de 30,65 €/mois)
- Vidéos
 - Une vidéo Muzicity : dans le cadre du budget global (production de contenus et site Internet)
 - Deux vidéos réalisées par MesPtitsBoutsDuMonde : 5 540 € HT
 - Une vidéo réalisée par Lezbroz : 1 650 € HT

Statistiques vidéos :

VIDÉO		Facebook		Instagram	Youtube	Site web
MUZICITY		Page CAT	Global			
	Nombre de personnes atteintes*	38 000	48 600		-	-
	Nombre de vues*	9 500	12 000	542	487	996
	Interactions*	177	316		-	-
	Taux d'engagement*	1,86%	2,63%	0,00%	-	-
VIDÉO		Facebook		Instagram	Youtube	Site web
HIVER MESPTITSBOUTSDUMONDE		Page CAT	Global			
	Nombre de personnes atteintes	81 000	106 000	8 333	-	-
	Nombre de vues	46 000	69 000	4 362	4 231	408
	Interactions	1 700	3 229	102	-	-
	Taux d'engagement	3,70%	4,68%	2,34%	-	-
VIDÉO		Facebook		Instagram	Youtube	Site web
PRINTEMPS / ÉTÉ MESPTITSBOUTSDUMONDE		Page CAT	Global			
	Nombre de personnes atteintes	99 000	847 400	2 644	-	-

	Nombre de vues	67 000	451 000	3 020	768	298
	Interactions	1 500	14 400	47	-	-
	Taux d'engagement	2,24%	3,19%	1,56%	-	-
VIDÉO		Facebook		Instagram	Youtube	Site web
LEZBROZ		Page CAT	Global			
	Nombre de personnes atteintes	60 792	290 000	198 298	-	-
	Nombre de vues	27 520	168 628	100 166	206	426
	Interactions	1 941	5 343	27 280	-	-
	Taux d'engagement	3,19%	3,17%	13,76%	-	-

*Pour information **

Nombre de personnes atteintes = Nombre de personnes qui ont vu la publication au moins une fois.

Nombre de vues = Nombre de lectures de la vidéo avec une durée d'au moins 3 secondes.

Interactions = Nombre de partages, commentaires et réactions.

Taux d'engagement = il correspond au nombre de gens qui ont aimé, partagé, commenté ou réagit sur une publication par rapport au nombre total de gens qui ont vu cette publication. Cet indicateur permet de mesurer l'intérêt des internautes pour une publication en particulier.

Développement des accueils presse et opérations pros – Fiche action n°10

OBJECTIFS	DEVELOPPER LES ACCUEILS PRESSE							
Partenaire	Prestataires (visites + hébergeurs) CRT Atout France							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Développer les accueils presse en lien avec nos filières prioritaires : travail de référencement auprès de la Région, opportunités d'organisation d'accueils groupés avec nos partenaires, opérations extérieures en lien avec la Presse recherche d'offres originales et différenciantes à valoriser valorisation de la page presse sur le site							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pro	Presse
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès	
Moyens Humains	2 personnes							
Budget	Budgété : 3 000 € - Au réel : 6714 €							
Planning	Toute l'année, en fonction des opportunités							
Indicateurs de suivi	Nombre d'accueil							
Risques et contraintes	Disponibilités Coûts des accueils implication des prestataires							

Bilan de l'action :

Tout au long de l'année 2019, l'Office de Tourisme métropolitain a assuré des accueils de journalistes et de blogueurs, français ou étrangers, ou contribué à la venue de journalistes en apportant son appui logistique et financier. Au total **13 accueils ont été réalisés en 2019.**

Origine (contact direct /CRT / CD63/ Atout France)	Pays	Support Contact	Filières			Cibles	Période	Thèmes traités
			Bien-être Therma- lisme	Sport Pleine na- ture	Patrimoine - tourisme ur- bain - art de vivre			
CD 63 + partenariat Terra Volcana	Grande – Bre- tagne	Dominic Bliss Outdoor Fitness		X	X	Grand Public - Sportifs	Février	Ville – Restaurants – hébergements – Chaîne des Puy - Randonnée
CRT	Grande - Bre- tagne	Anthony Peregrine Daily Telegraph			X	Grand public	Mars	Ville – Patrimoine – Michelin – gastron- omie – Vins d’Auvergne – Chaîne des Puy
CRT	Suisse aléma- nique	40 voyageurs zuri- chois – La Cordée Reisen	X	X	X	Professionnels TO et autocaristes. Eductour.	mars	Visite de ville + Panoramique des Dômes + hôtellerie 4 étoiles + gastronomie française.
Contact direct	France	Grand Sud Mag Patrice Branchereau Presse écrite		X	X	Grand public Sport et aventure	avril	Visite de ville
CRT + partenariat Le Puy – Vichy	Italie	Leonardo Felician site de repubblica.it, vino e cibo, a tavola		X	X	Grand public – CSP ++	avril	Culture et gastronomie
Contact direct	France	Echappées Belles France TV 3 équipes de tour- nage		X	X	Grand public	mai	Visites de ville + rencontres avec des fi- gures locales + rédactrice en chef du Rou- tard en situation à Clermont
Contact direct	France	Dimanche en France France 3		X	X	Grand public	mai	Série de reportages en ville et plateau sur la place de la Victoire avec célébrités locales
Contact direct	France	Goûtez Voir Odile Mattei France 3 et TV 5 monde			X	Grand public	mai	Tourisme et gourmandise dans la métropole
Contact direct	France	Europe 1			X	Grand public		Interview du directeur général : tourisme et canicule
CRT		Le Progrès			X	Grand public	juillet	Centre historique de Clermont

Atout France Cluster tourisme en ville	Espagne Blogueuse	A tomar por mundo !Maria Josée Moron Gomez		X	X		septembre	Culture (dont concert à la Coopé) + patrimoine + spécialités locales (dont dégustation de fromages)
Contact via Effervescences pour l'Etonnant Festin En liaison avec Eric Roux	France	Accueil presse culinaire groupé (Libération + L'alimentation générale) + émission On va déguster François-Régis Gaudry France Inter			X	Grand public	21-22 septembre émission en direct du jardin Lecoq le dimanche 11-12 h	Clermont gourmand + les vins d'Auvergne + talents et terroir de la métropole
Contact direct Dans le cadre du Sommet de l'élevage	Italie	Télévision italienne Verde a nordest Mélissa Shani		X	X	Grand public	octobre	Découverte de Clermont-Ferrand et de sa métropole

Aide spécifique dans le cadre de la candidature Clermont Capitale européenne de la Culture 2028 :

Prise en charge de la presse nationale venue pour l'Étonnant Festin dans le cadre d'Effervescences (Libération, équipe France Inter de l'émission « On va déguster », Télérama, L'Alimentation Générale...)

Eductour Suisse alémanique (mars)

30 voyageurs zurichois de Caverband et La Cordée Reisen ont découvert notre destination, avec visite du centre historique et découverte du Panoramique des Dômes. En partenariat avec Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme

Eductour spécial UNESCO

En collaboration avec le département et la région, nous avons participé à un voyage de presse spécial UNESCO, qui a donné suite à de nombreux articles, abordant notamment la Métropole.

Accueil d'une agence de Presse – Open 2 Europe (à l'initiative de Vulcania – Octobre 2019)

6714 € HT ont été consacrés à l'accueil des journalistes, cette augmentation du budget dédié à la Presse s'explique par des belles opportunités que la SPL a dû saisir (notre implication exceptionnelle dans l'opération « Un étonnant festin » et la recrudescence des accueils en lien avec la Chaîne des Puys et l'inscription UNESCO).

Opération promotionnelle spéciale à Lyon

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

Présentation de l'action

Lyon et le Grand Lyon constituent le 1^{er} bassin émetteur de tourisme sur la métropole clermontoise. Le fil rouge « à moins de 2 heures de Lyon » a ponctué les différents visuels de campagne. La campagne **d'attractivité et de notoriété à Lyon** s'est déroulée en deux vagues, définies en fonction du calendrier des vacances scolaires et des jours fériés, générateurs de courts séjours : du **3 au 9 avril** et du **15 au 25 mai**.

L'affichage urbain Decaux, du type réseau Ubicity, a été choisi pour son maillage dense et sa visibilité depuis un transport en commun ou en voiture et par les piétons. Chaque vague d'affichage a totalisé 183 faces en deux formats verticaux ou horizontaux (2m² et 8m²). Cette campagne de séduction grand public a été conçue en *cobranding* avec plusieurs partenaires : L'Aventure Michelin, Vulcania, le Panoramique des Dômes et Europavox.

La campagne a été appuyée par la diffusion de spots radio (avec dotation en séjours hôteliers et ClermontPass) sur Nostalgie et Chérie FM. Elle a par ailleurs été confortée par un important dispositif digital sur le site de campagne revelezvous.com – *Voir page 72*

Parallèlement, pendant la 2^e vague d'affichage, Clermont Auvergne Tourisme a organisé un workshop spécial tourisme d'affaires avec les principaux partenaires de ce secteur d'activités – *Voir page 63*

Budget annuel

- 41 000 € (Affichage, workshop, campagne radio)

Salons / opérations de micro-marchés (opérations axées autour de marchés de niche ou marchés ciblés spécifiques)

CIBLE : CLIENTELE BIEN-ETRE / SANTE			
<p>Salon des Thermalies 24-25-26 et 27 janvier Carrousel du Louvre, rue de Rivoli – Paris Coût : 1750 € (Paris et Lyon)</p>	<p>Salon en partenariat avec le CRT et Auvergne Thermale. Présence de l'OTm en binôme avec les thermes de Royat</p>	200 visiteurs renseignés	Salon incontournable dans le monde du thermalisme
<p>Salon des Thermalies 8-9 et 10 février – La Sucrière, quai Rambaud - Lyon</p>	<p>Salon en partenariat avec le CRT et Auvergne Thermale. Présence de l'OTm en binôme avec les thermes de Royat</p>	190 visiteurs renseignés	Salon de proximité – intéressant pour valoriser les courts séjours bien-être
<p>Salon des cures thermales 14 et 15 février – Hangar 14, quai des Chartrons - Bordeaux Coût : 210 €</p>	<p>Présence de l'OTm aux côtés des thermes de Royat Organisation Sud Ouest Event</p>	190 visiteurs renseignés	Nouvelle opportunité de toucher un public de futurs curistes dans un bassin de population proche
<p>Salon des cures thermales 1er et 2 mars – Salle du Gymnase, place Sébastopol - Lille Coût : 166 €</p>	<p>Présence de l'OTm aux côtés des thermes de Royat - Organisation sud Ouest Event</p>	160 visiteurs renseignés	Population du nord sensible aux cures thermales, demandeuses d'information
<p>Les salons des thermalies sont incontournables, ils donnent une visibilité et une crédibilité à une station thermale.</p> <p>Les autres salons thermaux correspondent aux bassins de clientèles potentiels sélectionnés par les thermes, notre office de tourisme apporte un complément touristique et valorise ainsi l'attractivité de la destination.</p> <p>Les retombées s'enregistrent l'année suivante, le contexte particulier de l'année 2020 ne permettra pas d'estimer les retours sur ces investissements.</p>			
CIBLE : POPULATION LOCALE – SENIORS – CONSOMMATRICE DE LOISIRS			
<p>Cap séniors 7- 8 et 9 novembre Polydôme – Place du 1^{er} mai – Clermont Coût : 1225 €</p>	<p>Présence de l'OTm aux côtés des thermes de Royat Présentation des animations de l'OTm (excursions, visites guidées, promenades pédestres)</p>	150 visiteurs renseignés	1 ^{ère} expérience intéressante, valorisation de notre OT et de ses services

Nous avons fait le choix de participer à ce salon pour faire connaître l'offre thermale à cette clientèle de proximité et pour valoriser les animations organisées par le bureau de Royat – Chamalières, correspondant bien à la clientèle sénior 63.			
CIBLE : GRAND PUBLIC BELGE			
Salon des vacances Du 7 au 10 février Brussels Expo Coût : 2048 €	Stand de Clermont Auvergne Tourisme partagé avec le Panoramique des Dômes et le Conseil Départemental du Puy de Dôme.	486 personnes	Salon intéressant – format en partenariat efficace – valorisation de l'inscription UNESCO Marché belge prioritaire identifié par la Région et les partenaires (Vulcania)
CIBLE : PROFESSIONNELS – ORGANISATEURS DE SEJOURS			
Les rendez-vous en France 19 et 20 mars Marseille Coût : 1332 €	Promotion, présentation de l'offre et détails d'informations sur la destination pour l'organisation de séjours et découvertes touristiques. Suivis et fidélisation de contacts établis lors de précédents Rendez-vous en France 2014 à Clermont notamment et également en 2018.	23 rendez-vous BtoB : TO Allemagne, Suisse, Luxembourg, Belgique, Espagne, Autriche, Japon, Chine, Thaïlande, Hong-Kong, Indonésie, Brésil, USA. 1 Proposition excursions projet séjour sept. 2020 Groupe allemand 25-35pax (concrétisation projet suite 1 ^{er} contact 2018) 1 proposition excursion séjour 2019 groupe belge 30 pax, 1 proposition séjour avec circuit thématique « Cathédrales » séjour automne 2019 groupe maltais 20 pax, 3 suivis de programmations visites et excursions TO Japon & Chine.	Attrait Unesco, Aventure Michelin et gastronomie. Hébergement hôtellerie haut de gamme. Intérêt des clientèles en quête de nouvelles destinations notamment la clientèle asiatique. Intérêt accru pour des séjours « nature » et émergence de demande autotours pour un public individuel. Rendez-vous incontournable pour approcher les Tours Opérateurs – Opportunité pour la destination de promouvoir l'inscription UNESCO auprès d'une cible étrangère
Green France 13 mai Vichy	Organisé par Macéo et Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme, le Workshop a permis de rassembler des acheteurs français et étrangers et des	14 contacts qualifiés	Les objectifs de cette opération étaient : - de renforcer la visibilité et la notoriété de nos destinations de pleine nature et

	<p>exposants représentant l'offre « nature et bien-être » du Massif central. Il fonctionnait sur le principe de rdv pré-programmés.</p> <p>Les professionnels étrangers présents, sélectionnés sur chaque marché par les bureaux d'ATOUT FRANCE et les CRT du Massif central, étaient :</p> <ul style="list-style-type: none"> - soit spécialisés dans le domaine des vacances actives «nature» - soit des TO généralistes proposant une large offre de produits « nature et bien-être ». 		<p>de bien-être en présentant une offre toujours plus riche et renouvelée du Massif central.</p> <ul style="list-style-type: none"> - de développer le chiffre d'affaires et s'ouvrir à de nouvelles clientèles en nouant des contacts commerciaux avec des tour-opérateurs français et étrangers spécialisés dans le domaine du tourisme « nature et bien-être ». <p>Opération de visibilité professionnelle portée par la Région</p>
<p>Accueil autocaristes suisses</p> <p>29 mars</p> <p>Clermont</p>	<p>Dans le cadre d'un voyage d'étude, la Cordée Reisen, a sollicité l'organisation d'un éductour à Clermont, pour la visite de la ville et le Panoramique des Dômes.</p>	<p>30 autocaristes zuri-chois</p>	<p>Retombées non perceptibles en 2019</p>
CIBLE : BLOGUEURS			
<p>Salon des blogueurs de Voyage</p> <p>Mi-avril – Lille</p> <p>Coût : 522 €</p>	<p>Rencontre de blogueurs façon speed dating – présentation de la destination – contacts pour des accueils de blogueurs à venir</p>	<p>26 blogueurs</p>	<p>Contacts intéressants en vue de l'organisation d'un salon à Clermont</p> <p>Accueil d'un blogueur de voyage : LEZBROZ</p>

2. Objectif : S'appuyer sur l'inscription la Chaîne des Puys - faille de Limagne au patrimoine mondial UNESCO pour promouvoir la destination

Réalisation d'un plan d'actions mutualisé avec le département 63 – Fiche action n°6

OBJECTIFS	CREATION D'UN PLAN D'ACTION EN LIEN AVEC L'INSCRIPTION UNESCO EN COLLABORATION AVEC LE CONSEIL DEPARTEMENTAL							
Partenaire	Conseil départemental du Puy-de-Dôme							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Définition d'un plan d'actions mutualisé et mise en oeuvre sur les volets structuration / promotion / commercialisation,							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pro	Presse
Filières	Thermalisme - Bien-être	Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès		
Moyens Humains	Direction + services concernés par le plan d'actions							
Budget	15 000 €							
Planning	Définition du plan d'actions au 2ème semestre 2018 et mise en oeuvre opérationnelle début 2019							
Indicateurs de suivi	Nombre d'actions menées en partenariat							

Bilan de l'action :

- Valorisation de l'inscription UNESCO sur l'ensemble de nos éditions :
Ex : intégration d'une publicité pleine page sur le guide des hébergements thermaux
- Participation à des salons en collaboration avec le département – visuel des stands valorisant la Chaîne des Puys : *Voir page 57*
 - o Salon des vacances de Bruxelles
 - o Salon Green France
 - o Rendez-vous en France
- Prises en charge d'accueils presse exclusivement dédiés à la Chaîne des puys – *Voir page 53-54*
- Formation à distance du personnel de l'OTm, assurée par le Parc des volcans d'Auvergne
- Nomination du Directeur général au Comité d'éthique de la marque UNESCO initié et animé par le CD 63.

3. Objectif : Asseoir la légitimité de la destination "Tourisme d'affaires"

Le Bureau des Congrès est un service de la SPL Clermont Auvergne Tourisme, l'Office de Tourisme métropolitain.

Le Bureau des Congrès a pour mission :

- ⇒ **de promouvoir la destination Clermont Auvergne Tourisme** sur les marchés de l'industrie des rencontres et des événements professionnels (MICE),
- ⇒ **d'accompagner les organisateurs et porteurs de projets d'événements professionnels** (congrès, colloques, conventions, séminaires...) sur le territoire métropolitain en mettant à leur disposition les outils et les services qui facilitent l'organisation de leurs manifestations et le séjour de leurs participants,
- ⇒ **de fédérer et mobiliser l'ensemble des acteurs** de la filière du tourisme d'affaires de la destination.

Le Bureau des congrès en collaboration avec l'organisateur apporte son assistance sur le déroulement logistique du congrès par la mise en place de prestations sur mesure, le suivi lors de la phase opérationnelle et la gestion financière.

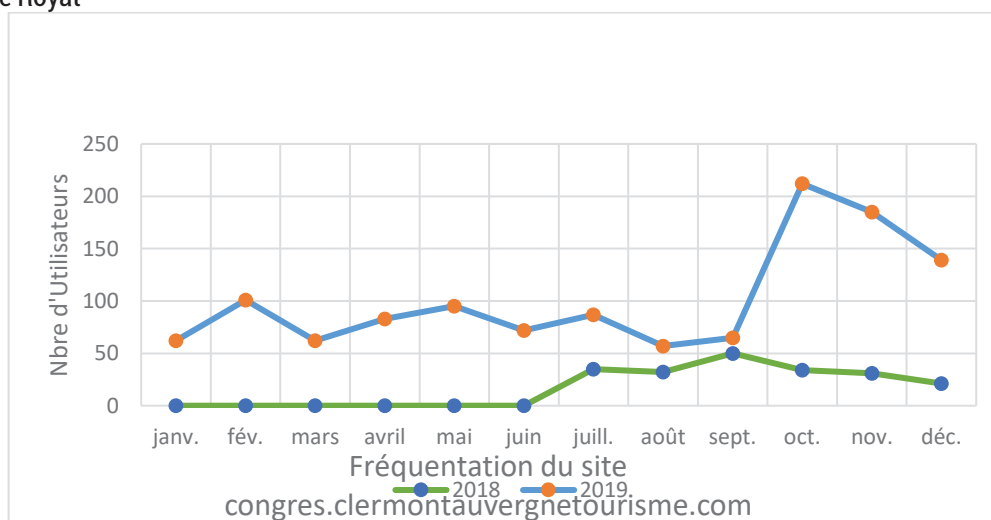
- Gestion des inscriptions et/ou des réservations hôtelières
- Possibilité de création d'une page web pour la gestion en ligne
- Restauration : déjeuners de travail, pauses-café, dîners...
- Soirées de gala : recherche de sites, restauration et animations
- Programme touristique et culturel
- Organisation des transports et réservation des autocars. Coordination des transferts
- Coordination de l'ensemble des prestations confiées.

Déploiement du site Congrès

Une déclinaison du site internet www.congres-clermontauvergneturisme.com valorise les différents acteurs du tourisme d'affaires de la métropole (hôtels de séminaires, centres de congrès et d'événements, traiteurs et organisateurs de réception, prestataires techniques, Loisirs sportifs et détente...) répondant aux besoins d'organisateur de congrès et de séminaires.

Ce site internet s'adresse aux organisateurs de congrès et séminaires, et d'événements en général.

Dans la rubrique « Où organiser votre événement », deux nouveaux prestataires ont été intégrés : Hall32 et Casino de Royat



Depuis sa mise en ligne en juillet 2018, le site congrès enregistre une fréquentation stable avec des pics qui peuvent s'expliquer par l'organisation de congrès dans la métropole, des campagnes de promotion de la destination auprès des organisateurs de congrès ou la présence de l'Office de Tourisme métropolitain sur différents salons professionnels.

Le nombre d'utilisateurs reste faible comme il s'adresse à des cibles spécifiques (organisateur de congrès et congressistes) avec un potentiel bien moindre que le grand public.

Le pic spécifique au mois d'octobre qui couvre aussi novembre et décembre provient principalement du trafic organique (référencement naturel). Cela peut s'expliquer par l'audit SEO mené sur cette période par des outils automatiques de requêtes pour mesurer la visibilité du site sur les moteurs de recherche.

Accueils presse spécialisée

- **Publi-reportage et insertion dans le magazine Business Event mars/avril 2019 (1600 €) :**
 - Trimestriel
 - Diffusion de plus de 55 000 exemplaires en kiosque & abonnés
 - Plus de 26 000 abonnés
 - Un lectorat de plus de 220 000 lecteurs, cadres et dirigeant d'entreprises, comité d'entreprise, institutionnels...
 - Une diffusion sur les salons partenaires et auprès des différentes fédérations et syndicats qui sont nos partenaires institutionnels.
 - Une campagne d'affichage en kiosque à chaque numéro.

- **Insertion publicitaire dans le magazine Meet Travel Mag novembre/décembre 2019 (2500 €)**
 - Bimensuel
 - Tirage à 6.000 exemplaires - France, Belgique, Suisse et Luxembourg
 - 3.000 exemplaires en entreprises sur un fichier nominatif de dirigeants (head of event, meeting planner, direction commerciale, marketing, communication, achats)
 - 500 exemplaires auprès d'associations et fédérations nationales et internationales
 - 1.500 exemplaires en agences événementielles, incentives et PCOs
 - 1000 exemplaires pour diffusion sur les salons HEAVENT MEETINGS, IMEX, IFTM TOP RESA, MP2, HEAVENT, IBTM WORLD

- **Présence sur le site internet Bedouk (2175 €) :**
 - Bedouk.fr est site Internet majeur dans le secteur du Mice français. Il regroupe par catégories d'activités (salles de séminaire, palais des congrès, bureau des congrès, agence...) les principaux acteurs et prestataires de la filière Mice. Il s'adresse aux organisateurs d'événements, aux venues finders, aux agences et au meeting planners.
 - Le BDC est sollicité plus par ricochet quand un prospect a vu notre page sur le site Bedouk, il peut nous envoyer sa demande par le formulaire en ligne sur le site, mais le plus souvent le premier contact se fait par téléphone.

Organisation d'éductours

➤ **Eductour Congrès - 4 avril 2019**

37 partenaires participants

L'éductour a pour objectif de présenter à l'ensemble des partenaires du tourisme d'affaire certains équipements permettant d'accueillir les manifestations MICE dans la métropole clermontoise.

Après une présentation du Bureau des Congrès de Clermont Auvergne Tourisme autour d'un café d'accueil, un circuit est effectué en tramway pour découvrir les sites suivants :

- ASM Events
- Polydome
- Déjeuner à l'espace FREEDOME de Polydome
- Musée d'Art Roger Quilliot
- ASM Expérience et le Stade Marcel Michelin

Coût : 1 144 € HT (Participation financière des prestataires)

Présence sur les salons



CIBLE : PROFESSIONNELS – ORGANISATEURS DE SEMINAIRES ET CONGRES		
Salon SBE (Séminaire Business Events) 8 et 9 février – Centre des Congrès Cité Internationale, Lyon	En partenariat avec Auvergne Events et Vulcania	42 contacts • 1347 visiteurs qualifiés venus découvrir cette édition 2019 (604 le 8 - 743 le 9)
« Coésio déroule le tapis rouge » 14 et 15 septembre - Deauville	Organisé par Coésio dans le cadre du festival du film américain	19 contacts 21 destinations présentes.

Organisation d'un workshop avec les partenaires Affaires – Fiche Action n°11

OBJECTIFS	ORGANISATION D'UN MEET PRO – VOIR PAGE							
Partenaire	locataires d'espaces, hôteliers, prestataires touristiques, transporteurs... Possibilité également de sponsoring							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Organisation d'une soirée de rencontre et de networking, pour réunir l'ensemble des acteurs du territoire afin de porter les forces et les atouts de la Métropole sur marché MICE. Mettre en relation le maximum de prestataires locaux de la meeting industry avec des organisateurs, prescripteurs ou porteurs de projets d'événements professionnels (congrès, colloques, séminaires, incentives...)							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	PARTE-NAIRES	Pro	Presse
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès	
Moyens Humains	Vincent Garnier - Isabelle Carreau (volet communication et presse locale) - Julien Boileau aidé d'Isabelle Robinet de manière ponctuelle et d'un/une stagiaire longue durée							
Budget	20 000 euros (inclus dans le budget opération Lyon)							
Planning	réalisation de l'évènement idéalement en septembre. Travail de janvier à septembre							
Indicateurs de suivi	Nombres de partenaires Nombre de visiteurs Enquêtes de satisfaction partenaires et visiteurs							
Risques et contraintes	risques liés à l'organisation d'une première manifestation : nombre de partenaires et/ou de visiteurs insuffisant							

Bilan de l'action :

Ce projet de salon pro s'est transformé en 2019 en **Workshop Wojo Grand Hôtel Dieu Lyon - 21 mai 2019**, le projet de salon pro semblant alors prématuré. Il semble en effet préférable qu'il se fasse après les conclusions de l'étude de positionnement Mice en 2020.

Lieu : Wojo Lyon Grand Hôtel-Dieu – lieu chargé d'histoire au cœur de Lyon et entièrement réhabilité.

Projet porté par l'OTm, auquel se sont associés différents partenaires :

- ⇒ Asm Events,
- ⇒ Asm Experience,
- ⇒ Auvergne Events
- ⇒ l'Aventure Michelin
- ⇒ le Casino de Royat
- ⇒ le Club Hôtelier Clermontois
- ⇒ Le Panoramique des Dômes
- ⇒ le Volcan de Lemptégy
- ⇒ Vulcania

Ce fut l'occasion de présenter l'offre MICE de la métropole suivie d'un cocktail, aux prospects du bassin lyonnais. Un tog bag avec la documentation touristique métropolitaine (Villes avec vues doc Mice), la documentation de chaque partenaire et des goodies ont été remis.

Cette opération a permis de générer 50 contacts.

Le Bureau des Congrès a envoyé le fichier des contacts dès la fin de l'opération à chaque partenaire ainsi qu'un mail de remerciement à chaque contact. Comme pour chaque opération commerciale commune, chaque partenaire travaille le fichier des contacts récoltés et fait appel au Bureau des Congrès pour le montage du dossier si besoin.

SBE (Séminaires Business Event), bien implanté sur le marché du Mice de la métropole lyonnaise nous a accompagné et a pris en charge :

- Recherche et qualification d'une trentaine de Top acheteurs du Grand Lyon (corporate et agences)
- Prise en charge du planning de l'évènement
- Mise en place d'une campagne Email et autres moyens afin de promouvoir l'opération
- Gestion de l'organisation du workshop
- Conception des dossiers d'accueil
- Présence des collaborateurs SBE sur place

Cet évènement s'inscrit dans le cadre plus large de l'opération de promotion auprès de la clientèle grand public de la métropole lyonnaise sur les mois d'avril et mai.

Cette opération initiée et organisée par l'OTm pour un coût de 9500 € HT a été cofinancée par les partenaires présents à hauteur de 4900 € HT.

Démarchage commercial :

Prises de rendez-vous pour des accompagnements de congrès : 21

Candidatures non abouties : 7

Bilan des évènements congrès suivis par le Bureau des congrès

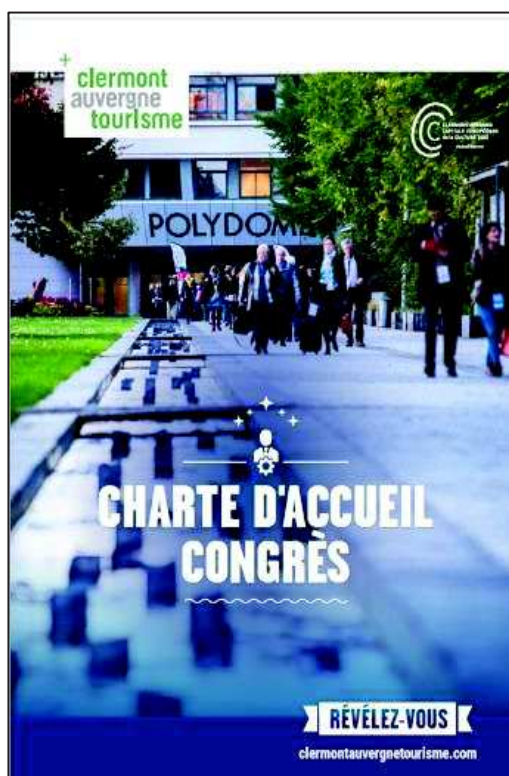
Nom du congrès	Date congrès	Lieu	Nb participants	Commentaires	Présence de l'Office du tourisme sur les lieux du congrès
4 ^e Assises Nationales du Vieillessement	21-22 mars	Polydome	500	Réservations hôtelières	X
Séminaire Bureau Vallée	08-11 mai	Polydome	190	Réservations hôtelières + Autocars	X
Championnats de France de Pétanque des Journalistes Sportifs	14-15 mai	Maison des Sports et Maison des Boulistes	120	Réservations hôtelières	X
2 ^{èmes} Rencontres du Tourisme Métropolitain	23 mai	Casino de Royat	155	Organisation et Inscriptions	X
Congrès de la Fédération Nationale des Coopératives d'Utilisation de matériel agricole en commun (FNCUMA)	04-06 juin	Polydome	450	Réservations hôtelières + autocars	X

Congrès Mutuelle Générale des Cheminots	13 - 15 juin	Polydome	29	Réservations hôtelières Programme touristique	X
SFE	20-22 juin	Faculté de Chirurgie Dentaire	120	Autocars	X
Rencontres Techniques des Pôles territoriaux et des Pays	27-28 juin	Polydome	250	Inscriptions + réservations hôtelières + autocars	X
Sommet de l'Elevage	2-4 octobre	Grande Halle	96 000	Réservations hôtelières + Autocars	X
Fédération de l'Education Nationale Force Ouvrière. (FNEC FP FO)	14-18 octobre	GHA	1000	Réservations hôtelières	X
Migration Crédit Mutuel Massif Central	28 - 29 décembre	Hôtel Océania	90	Séminaire résidentiel	X
11 congrès			2904 pers. (+ 96 000 pers.)		

Tarifs gestion des congrès – Votés en CA le 22/03/2019

Prestations		Tarifs 2019 HT / dossier traité	
Hébergement*		0 €	
Inscription simple	Formule A (1 ligne d'inscription)	16 € HT	Tarifs dégressifs avec au moins 1 nuitée hors haute saison selon l'année et à partir de 300 inscriptions
Inscription +	Formule B (inscription + 1 ou 2 options)	21 € HT	
Inscription ++	Formule C (inscription + multiple options)	28,50 € HT	
* ouverture page web pour hébergement : 135 € HT			

Edition d'une Charte d'Accueil Congrès



Clermont Auvergne Métropole, la Ville de Clermont-Ferrand, l'Office de Tourisme métropolitain en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie du Puy-de-Dôme Clermont Auvergne Métropole, Auvergne Events et les professionnels du tourisme d'affaires de la destination se sont mobilisés et engagés, au travers d'une charte d'accueil congrès, dans une démarche fédérée d'accompagnement personnalisé des organisateurs d'évènements d'entreprise et de congrès.

Les signataires de cette charte se portent garants de la qualité de leurs services, s'engageant ainsi pour la réussite des évènements.

Les signataires de la Charte sont :

- SPL Clermont Auvergne Tourisme – Office de Tourisme métropolitain
- Clermont Auvergne Métropole
- Ville de Clermont-Ferrand
- CCI Puy-de-Dôme Clermont Auvergne Métropole
- Aéroport Clermont – Ferrand Auvergne
- UMIH
- Club Hôtelier Clermontois
- Vulcania
- GL Events
- SNCF
- Allo Taxi Radio
- SMTC
- ASM Events



La signature officielle de la Charte d'accueil congrès s'est tenue le 25 juin 2019 en présence des partenaires engagés.

Coût :

Mediafix création : 1622,50 €

Mediafix impression : 980 €

Traiteur : 323,06 €

Soit un total de 2925 €

Réseaux professionnels

L'OTm poursuit un triple objectif en étant membre de ces deux réseaux complémentaires que sont Coésio et France Congrès :

- Positionner et légitimer la Métropole comme une destination majeure du secteur Mice
- Rencontrer de nouveaux prospects
- « Benchmarker » de manière régulière avec les autres membres sur les bonnes pratiques de la profession ainsi que sur les nouvelles tendances et réglementations



Créée par des Directeurs de Palais des Congrès il y a plus de 35 ans, Coésio, précédemment appelé Association Internationale des Villes Francophones de Congrès (AIVFC) rassemble aujourd'hui plus de 60 destinations francophones d'accueil de congrès dont les représentants partagent les mêmes valeurs de solidarité, de qualité, et de progrès.

La SPL est membre de Coésio (anciennement AIVFC depuis) 2017 prenant ainsi la suite de l'Office de Tourisme et des Congrès.

Coût d'adhésion : 1400 € HT

France Congrès et Evénements réunit 50 villes et métropoles qui font de l'accueil et de l'organisation de rencontres professionnelles (et grand public) un axe de développement économique, et un important vecteur d'image. Clermont Auvergne Tourisme est adhérent depuis janvier 2019. **Coût d'adhésion : 9280 € HT**

**Application de la démarche Qualité au sein du service Congrès**

Des questionnaires de satisfaction ont été diffusés aux organisateurs de congrès à l'issue de leurs manifestations.

6 organisateurs ont répondu aux questions suivantes (soit la totalité des organisateurs sollicités)

Critères ayant motivé le choix de la destination :

L'attractivité de la destination, et dans un 2ème temps à égalité, la facilité d'accès et la présence d'un Bureau des congrès

- **Accès des participants à Clermont-Ferrand :**

Satisfait pour la voiture. Moyennement satisfait avion et train

- **Les services du Bureau des Congrès :**

Très satisfait pour l'accueil, écoute et disponibilité et sur le suivi des prestations pendant la manifestation. Satisfait sur les informations fournies sur la destination et pour les conseils à l'organisation.

- **Les missions confiées au Bureau des Congrès :**

Très satisfait pour la gestion des inscriptions, hébergement et transferts.

Non concernés pour la restauration, soirée de gala, animation et hôtesse.

- **Lieu du congrès :**

Satisfait dans l'ensemble

- **Parc hôtelier clermontois :**

Avis partagés sur le rapport qualité/prix : 3 satisfaits – 3 non satisfaits.

Satisfait sur l'accessibilité et sur l'accueil, écoute et disponibilité.

- **Restauration :**

Satisfait dans l'ensemble : tarifs, qualité, accueil, écoute et disponibilité

- **Soirée de gala :**

Moyennement satisfait sur le rapport qualité/prix. Satisfait sur l'accessibilité.

Très satisfait sur l'accueil, écoute, disponibilité

- **Transferts :**

Satisfait sur le rapport qualité/prix et sur la communication des informations en amont.

4. Objectif : renforcer notre communication digitale

1. Développement Site Internet – Fiche action n°7

OBJECTIFS	DÉVELOPPEMENT DES SITES INTERNET							
Partenaire	<ul style="list-style-type: none"> - Thuria - Ingénierie - Open System - Scopika 							
Descriptif de la mission Mode opératoire	<ul style="list-style-type: none"> - Développement de la notoriété de Clermont Auvergne Tourisme sur le web <ul style="list-style-type: none"> - Déploiement du site Grand Public en 3 langues - Déploiement du site Congrès - Hébergement, maintenance corrective et évolutive <ul style="list-style-type: none"> - Gestion de contenus - Suivi des indicateurs et bilans de la fréquentation 							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	PARTENAIRES	PRO	PRESSE
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès	
Moyens Humains	<ul style="list-style-type: none"> - Suivi technique : Marie Venessi - Gestion des contenus : Elsa Schneider-Manuch 							
Budget	Site clermontauvergneturisme.com :							
	Opération						Montant HT	
	Hébergement						600 €	
	Gestion des noms de domaine						360 €	
	Forfait Maintenance évolutive 6 jours						3 400 €	
	Forfait Maintenance évolutive 28 jours						15 848 €	
	Audit SEO						10 400 €	
	Google Cloud API Maps						540 €	
	API Disponibilités Open System						300 €	
	Site clermont-fd.com :							
	Opération						Montant HT	
	Maintenance évolutive 5h						375 €	
Hébergement						690 €		
Renouvellement kit de paiement HMAC						300 €		
Opération						Montant HT		
Noms de domaines OVH						146 €		
Noms de domaine gérés par Scopika						185 €		
Planning	Janvier à décembre							
Indicateurs de suivi	Fréquentation et données des sites internet							
Risques et contraintes	<ul style="list-style-type: none"> - Modifications des périmètres fonctionnels tierces (nouvelle tarification Google Maps, nouveau format IREC, widget, API, etc.) impossible à anticiper et à évaluer - Évolutions majeures qui sortent d'un périmètre de maintenance évolutive pour passer en développement sur devis - Attaques serveurs / interruption de service / bugs bloquants 							

Réalisations marquantes sur l'année

Février 2019 : Mise en ligne du site <http://muzicity.clermontauvergneturisme.com> , un city guide créé en partenariat avec Europavox (versions FR et EN).

Février 2019 : Création de la page d'atterrissage revelezvous.com comme support Internet en écho de la campagne d'affichage à Lyon.

Juin 2019 : Traduction et mise en ligne du site en allemand et espagnol.

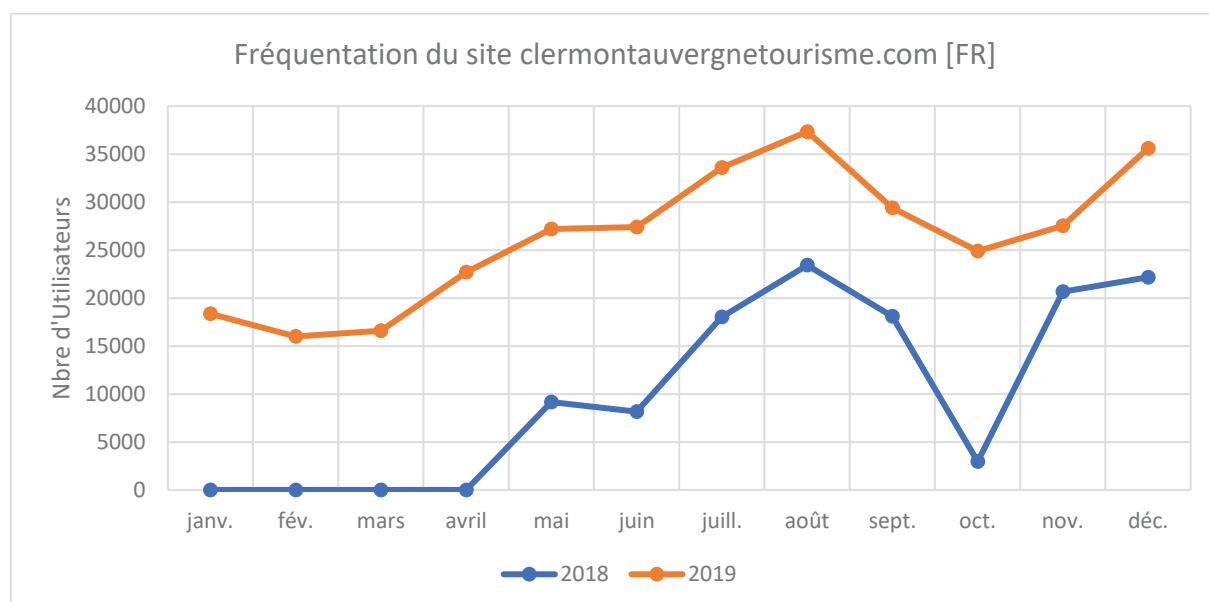
Octobre 2019 : Exploitation du fond de carte IGN sur toutes les cartes du site en remplacement de la solution Google Maps devenu payante.

Novembre 2019 : Audit SEO du site clermontauvergneturisme.com et congres-clermontauvergneturisme.com (livraison en décembre 2019 et déploiement des préconisations courant 2020).

Indicateurs & comparatif sur l'année précédente

1.1 Le site Grand Public www.clermontauvergneturisme.com

- **Fréquentation du site en français**



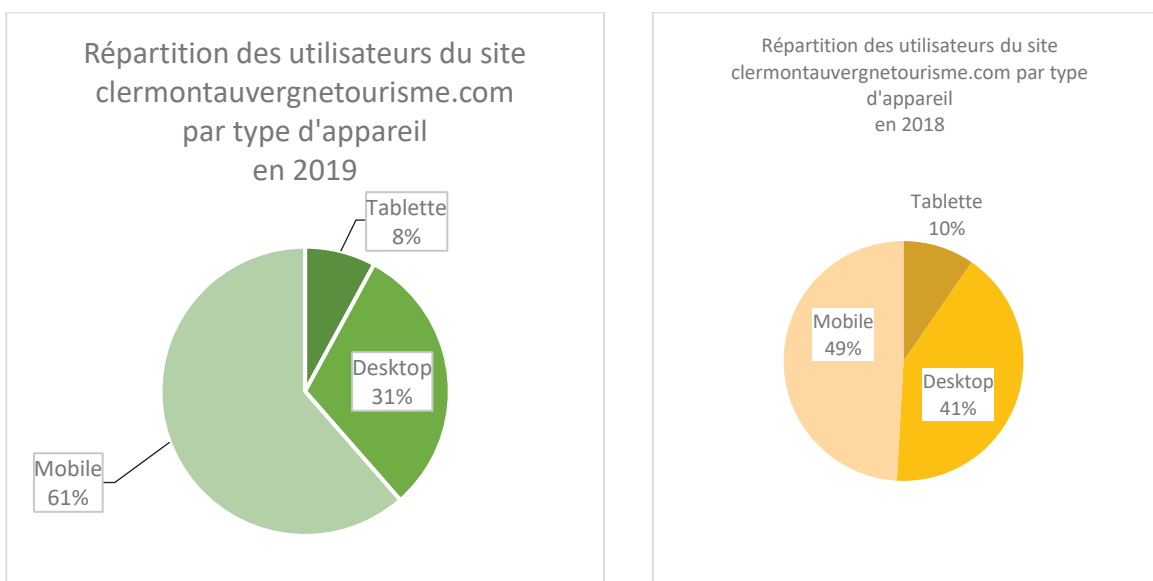
Depuis la mise en ligne du site www.clermontauvergneturisme.com en mai 2018, on peut constater une nette progression du nombre d'utilisateurs, **soit 94% d'augmentation**.

Plusieurs raisons :

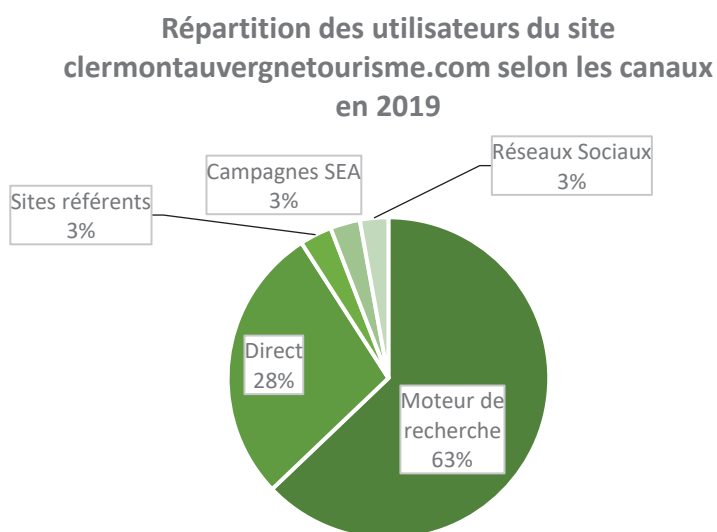
- Amélioration du référencement naturel du site après plusieurs mois d'existence.
- L'animation éditoriale du site (144 articles publiés en 2019).
- Promotion du site Internet sur les différents supports Web ou print de l'Office de Tourisme métropolitain et dans le cadre de campagnes webmarketing.

Concernant la répartition mensuelle, la courbe suit la saisonnalité de la destination, comme en 2018.

- **Profils et comportement des utilisateurs**



En 2019 tout comme en 2018, les utilisateurs consultent le site majoritairement depuis leur mobile (avec une nette augmentation en 2019), ce qui confirme les tendances générales. Pour mémo « desktop » intègrent tous les utilisateurs qui consultent le site depuis un ordinateur de bureau.



L'audit de référencement naturel a notamment décelé des faiblesses au niveau de la source de trafic « sites référents » c'est-à-dire toute adresse Web (site Internet, blog, forum, affilié, etc.) qui apporte du trafic sur le site de clermontauvergnnetourisme.com. En termes de recommandations, il s'agit d'encourager par exemple l'échange de liens avec les sites partenaires.

Pour mémo, « SEA » est un acronyme pour "Search Engine Advertising" qui signifie littéralement publicité sur les moteurs de recherche.

TOP5 de l'origine géographique par région

Auvergne-Rhône-Alpes	44%
Ile-de-France	24%
Occitanie	9%
Nouvelle-Aquitaine	5,91%
Provence-Alpes-Cote d'Azur	2,86%

L'origine géographique des utilisateurs sur clermontauvergnetourisme.com est en adéquation avec le ciblage des clientèles visées dans la stratégie de communication globale de l'Office de Tourisme métropolitain.

TOP5 de l'origine géographique par ville

Paris	17,55%
Clermont-Ferrand	16,29%
<i>not set*</i>	10,01%
Lyon	9,75%
Toulouse	3,39%
Bordeaux	2,38%
Montpellier	2,11%
Issoire	1,01%
Saint-Etienne	0,86%
Strasbourg	0,85%

(not set) est un nom d'espace réservé utilisé dans Analytics lorsque la dimension sélectionnée ne dispose pas de données suffisantes.

Il est intéressant de noter après Lyon, les nombreuses connexions depuis Toulouse, une métropole à considérer davantage dans la stratégie de communication de la SPL.

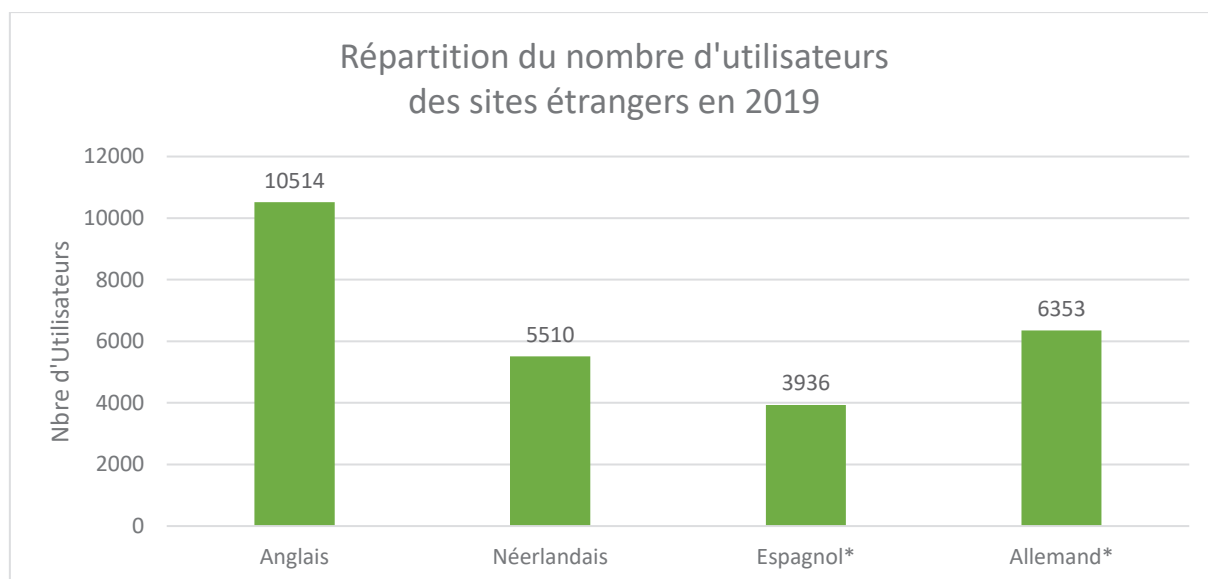
1.2 Le site revelezvous.com

La page d'atterrissage Révélez-Vous a été créée pour soutenir une campagne d'affichage à Lyon en mai 2019. Cette page mettait notamment en avant un volet séduction (photo, vidéos), l'offre de séjours packagés et l'agenda des principales manifestations.

	Nombre de pages vues en 2019
Page d'atterrissage Révélez-vous	5 318
Séjour Vulcania	6 634
Séjour volcans d'Auvergne	1 033
Séjour L'Aventure Michelin	1 023
Séjour Clermont	151

La notoriété de la marque « Vulcania » est un fort pourvoyeur de trafic. Elle capitalise même plus de trafic que la page d'atterrissage principale. Comme chaque page est référencée d'elle-même, on peut tout à fait accéder directement sur une page séjour depuis un moteur de recherche sans passer préalablement par la page d'atterrissage principale.

1.3 Traduction du site Internet en langues étrangères



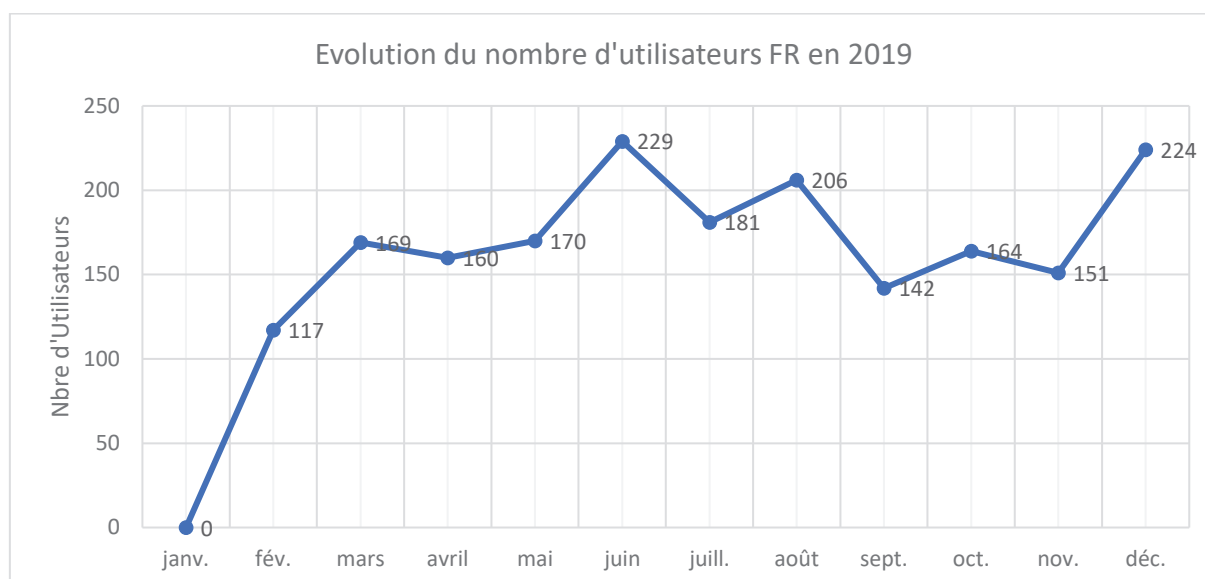
*mis en ligne en juin 2019

Les sites anglais et allemand ont été mis en ligne en 2018 ce qui explique la différence de fréquentation avec le site en néerlandais et espagnol. L'analyse des statistiques 2020 sera plus représentative de la répartition du public étranger sur ces sites.

1.4 Le site Muzicity

<http://muzicity.clermontauvergneturisme.com> (versions FR et EN)





Ce site a été créé en partenariat avec Europavox et destiné aux personnes souhaitant découvrir Clermont-Ferrand à travers la musique.

Le site Internet a enregistré un pic de fréquentation au moment du festival Europavox et connaît régulièrement des hausses selon l'actualité et les mises en avant régulière via des publications sur les réseaux sociaux. Le nombre d'utilisateurs reste relativement faible comme il s'adresse à des cibles spécifiques (ayant un intérêt de découverte par la musique). Il permet d'ancrer Clermont dans un positionnement de destination sonore avec un potentiel de développement touristique intéressant.

« Obnubilée par l'image, notre société limite sa perception du monde. L'expérience sensorielle est pourtant créée par une émotion formée par les cinq sens. L'environnement sonore est alors un élément essentiel de la qualité perçue d'un lieu. Il apporte du confort, rassure, crée du lien, affirme une identité... Au-delà, le son permet de renouveler et d'enrichir l'expérience touristique : la réalité "audio-augmentée" (via des applications, des podcasts, des audioguides...) offre en effet de nombreuses possibilités de nourrir la narration d'un site ou d'une destination. Pour que le touriste puisse rêver, imaginer, voir l'invisible, comprendre... » Ce paragraphe est extrait du dossier « Mise en son des lieux et destinations touristiques » de la revue Espaces tourisme & loisirs in revue Espaces n°349. Ce dossier est à consulter pour plus d'informations sur le potentiel touristique de la mise en scène sonore d'une destination.

2. Contenu éditorial site Internet

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

Présentation de l'action

- Action transversale entre les pôles marketing digital, communication, et accueil.
- Objectifs principaux :

- Accroître la visibilité et la notoriété de la destination pour promouvoir le territoire.
- Augmenter la consommation de séjours.
- Mise en scène du territoire métropolitain à travers la création et la diffusion des contenus éditoriaux, photos et vidéos.

Budget annuel

- RH – 80 % du temps de travail d'une personne
- En lien avec le budget sur les développements du site Internet.

Réalisations marquantes sur l'année

- Poursuite des actions de communication au sein du comité éditorial
- Actualisation complète du site Internet
- Mise en avant de l'actualité touristique tout au long de l'année

En 2019, 89 nouvelles pages, articles magazine et pro ont été publiés.



Top 10 des pages les plus visitées en 2019

Pages vues

Agenda	32 315
Nos activités	23 638
Patrimoine et culture	19 599
Nos hébergements	16 401
Agenda du week-end	14 630
Nos randonnées	13 585
Agenda pour les enfants	12 880
Tout l'agenda	12 173
Sites touristiques incontournables	11 913
Nos visites guidées	9 378

	Pages vues
Petites vacances scolaires	
Clermont en famille, les bons plans des vacances de février	930
Clermont en famille : les bons plans des vacances de Printemps	430
Que faire en famille pendant les vacances de la Toussaint ?	1 723
Vibrez au rythme des fêtes de fin d'année dans la métropole clermontoise	4 520

Promotion

	Pages vues
Un week-end à Clermont sans ma voiture	3 843
Parcourez les circuits de la métropole clermontoise (Cirkwi)	3 093
Muzicity Clermont : visitez en mode pop rock	2 616
Chaîne des Puys- Faille de Limagne, Patrimoine mondial de l'UNESCO (actualisation)	2 312
Pourquoi vous précipiter au Festival International du Court Métrage	2 183
5 bonnes raisons de venir se détendre à Royat Chamalières	1 990
Les Arts en Balade (article + fiches Apidae)	1 697
Que faire à Clermont fin août-début septembre ?	1 530
Savourez l'atmosphère artistique du centre historique	1 319

Été	Pages vues
Les Contre-plongées (article + fiche Apidae)	36 995
Vivez l'été comme à la plage avec Sable Show (article + fiche Apidae)	4 735
Vivez un bel été à Clermont	1 351
Une journée entre printemps et été dans la métropole clermontoise	682
Les 8 expositions incontournables de l'été	522

Week-end du 20 et 21 septembre 2019

Journées Européennes du Patrimoine

Effervescences

Week-end Mondial du Bien-Être

	Pages vues
Fiches Effervescence Apidae	7 425
Fiches JEP Apidae	4 701
Les Rendez-vous Secrets	3 219
Effervescences visite les Journées Européennes du Patrimoine 2019	1 977
Parcours à Clermont	1 759
Les Journées Européennes du Patrimoine 2019 dans la métropole clermontoise	1 759
Billetterie des Journées Européennes du Patrimoine	1 737
Quel est le programme des Journées Européennes du Patrimoine & Effervescences à Clermont ?	1 270

En piste pour le week-end mondial du Bien-Être 2019 à Royat	602
Parcours à Cournon d'Auvergne, Lempdes, Aulnat et Pont-du-Château	530
Parcours à Orcines, Royat et Chamalières	456
Parcours à Blanzat, Cébazat, Châteaugay et Gerzat	155
Parcours à Beaumont, Romagnat, Aubière et Pérignat-lès-Sarlieve	132

ÉPLUCHEZ LE PROGRAMME ET CONCOCTEZ-VOUS UN WEEK-END SUR MESURE !



Indicateurs & comparatif sur l'année précédente

89 nouvelles pages, articles magazine et pro ont été publiés, contre 177 pages en 2018, année du lancement du site Internet (avec une reprise des contenus déjà existants sur le précédent site Internet).

Toutes les pages publiées précédemment ont été mises à jour en fonction de l'actualité, des nouveautés, etc. La production gravite en fonction du contexte et des thématiques principales : culture et patrimoine, sports et pleine nature, thermalisme et bien-être.

Détail du nombre de pages publiées par mois

	janv.	févr.	mars	avr.	mai	juin	juil.	août	sept.	oct.	nov.	déc.	Annuel
2019	7	4	15	7	8	14	5	13	6	1	5	4	89
2018			1	30	62	23	21	6	12	7	11	4	177

Le nombre de pages vues a doublé de 2018 à 2019 (+100% d'augmentation)

	janv.	févr.	mars	avr.	mai	juin	juil.	août	sept.	oct.	nov.	déc.	Annuel
2019	69 998	70 209	69 366	97 720	94 880	90 642	134 405	142 646	107 256	89 673	78 895	95 214	1 140 904
2018					48 912	45 745	77 302	92 630	66 911	81 925	67 744	65 833	570 737

3. Mise en œuvre campagne webmarketing

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

Présentation de l'action

1. Campagne de notoriété France

Objectifs :

- Notoriété et promotion de la destination.
- Vente de séjours.

Leviers :

- Google Ads (search & retargeting).
- Facebook Ads (publications sponsorisées).
- Youtube (campagne test pour la promotion de la vidéo « 24h à Clermont »).

Exemple de publication sponsorisée sur Facebook

Zone géographique : Auvergne / IDF / PACA / Val de Loire / Rhône Alpes

Ciblage : 35-65+ / Intérêts pour tourisme - Puy de Dôme - Clermont-Ferrand - Auvergne - Week-end - week-end prolongé

Clermont Auvergne Tourisme Sponsorisé · 🌐

Découvrez Clermont et ses alentours grâce au ClermontPass compris dans le séjour !

BON PLAN
2e nuit à -50% ou 3e nuit offerte
Choisissez l'AUVERGNE pour un week-end

CLERMONTAUVERGNETOURIS...
Séjour Clermont Découverte
2e nuit à -50% ou 3e nuit gratuite !

RÉSERVER

👍 Cath Drouet et 13 autres personnes

👍 J'aime 💬 Commenter ➦ Partager

2. Campagne sur les marchés européens (UNESCO + Noël)

En partenariat avec Auvergne Rhône-Alpes Tourisme sur les réseaux sociaux à destination des marchés européens prioritaires, sur les thématiques de l'UNESCO et du séjour Noël produit pour l'occasion.

Objectifs :

- Générer davantage de visibilité et des connexions sur les marchés européens en Allemagne, Belgique, Espagne, Pays-Bas, Royaume-Uni et Suisse.

Leviers :

- Facebook et Instagram sous forme de publications sponsorisées aux formats photos et vidéos.
- Les différentes publicités sont localisées dans chaque langue et contiennent des clips vidéos.

Annonces :

Une variété d'accroches employée pour chaque clip permet de tester les angles éditoriaux les plus efficaces par pays / langue, et donc d'optimiser quotidiennement le budget pour chaque groupe.

La campagne comporte 3 volets :

- UNESCO.
- Week-ends durant les festivités de Noël, en France.
- Week-ends durant les festivités de Noël, en Suisse.



3. Budget annuel HT

CAMPAGNE	FOURNISSEUR	BUDGET HT
Notoriété France	Mediaveille	5 000 €
Marchés européens	CRT AURA	(*) 9 000 €
TOTAL		14 000 €

(*) Ce budget de 9 000 € a été doublé par le CRT Auvergne-Rhône-Alpes dans le cadre du partenariat, portant ainsi la valeur de la campagne à 18 000 € HT.

Réalisations marquantes sur l'année :

- Campagne de notoriété France - Avril à septembre 2019
- Campagne sur les marchés européens (UNESCO + Noël) - Novembre à décembre 2019

Indicateurs & comparatif sur l'année précédente

1. Résultats de la campagne de notoriété France

Liens sponsorisés

Google Ads	Octobre / Décembre 2018	Avril / Septembre 2019
CA réalisé	620 € HT	2 550 € HT
Transactions	7	9
Taux conversion	0,06%	0,13%

Comparatif 2018/2019 :

Les campagnes 2018 et 2019 n'ont pas eu lieu sur la même période, il est donc difficile d'établir un comparatif. On peut noter cependant une hausse du chiffre d'affaires réalisé via les campagnes, passant de 620 € à 2 550 € qui s'explique par la période plus propice aux réservations de séjours.

Analyse des résultats 2019 :

Un chiffre d'affaires réalisé uniquement par les liens sponsorisés et porté principalement par les annonces spécifiques « séjours » (82% du chiffre d'affaires). Pour répondre à un objectif de performance, ce levier est à privilégier pour les prochaines campagnes.

La campagne de notoriété basée sur les différentes déclinaisons du terme "Clermont Auvergne Tourisme" a reçu cependant un meilleur taux de conversion. Elle représente 18% du chiffres d'affaires apporté par les campagnes alors qu'elle n'apporte que 17% des sessions.

Par ailleurs, on constate en moyenne un coût par clic performant à 0,34 €.

Facebook Ads

Facebook Ads	Octobre / Décembre 2018	Avril / Septembre 2019
Coût <i>(Montants investis)</i>	1 950 € HT	1 300 € HT
Impressions <i>(Nombre de fois où les publicités sont apparues à l'écran)</i>	748 600	124 699
Clics <i>(Nombre de clics sur les publicités)</i>	5 570	6 150
Taux de clic <i>(Pourcentage de clics, par rapport au nombre d'impressions)</i>	0,74%	1,58 %
Coût Par Clic (CPC) moyen <i>(Coût moyen de chaque clic sur un lien)</i>	0,35 €	0,25 €

Comparatif 2018/2019 :

Le nombre d'impressions est nettement plus important en 2018 dans une période certainement moins concurrentielle entre annonceurs.

Les annonces ont été toutefois plus performantes en 2019 avec un taux de clic et un coût par clic nettement améliorés.

Analyse des résultats 2019 :

Cette campagne ne génère pas de chiffre d'affaires mais permet une belle visibilité.

Campagne test sur Youtube

Youtube Ads	Mai / Septembre 2019
Vues <i>(Nombre de fois où des utilisateurs ont vu la vidéo ou effectué un engagement avec cette dernière)</i>	37 771
Impressions <i>(Nombre de fois où la vidéo est apparue à l'écran)</i>	74 922
Taux de vue <i>(Pourcentage de vues de la vidéo par rapport au nombre d'impression)</i>	50%
Clics <i>(Nombre de clics sur la vidéo)</i>	539
Coût par vue <i>(Coût moyen de chaque vue)</i>	0,01€

Analyse des résultats 2019 :

La campagne a rempli son objectif de notoriété avec succès, avec un coût par vue très performant. Par ailleurs, une personne sur deux a visionné la vidéo (au moins 30 secondes), soit 37 771 vues. Elle a par ailleurs permis de générer 539 clics.

2. Résultats de la campagne sur les marchés européens (UNESCO + Noël)

Facebook Ads (résultats globaux)	Novembre / Décembre 2019
Audience	2 750 971
Interactions avec les publications	819 001
Impressions	5 433 793
Taux de clic sur le lien externe (CTR)	2,19%
CPC moyen	0,22 €

Source : Bilan du CRT

Détails Volet Unesco	Novembre / Décembre 2019	
Interactions avec les publications	745 973	
Impressions	4 959 751	
Taux de clic sur le lien externe (CTR)	2,09%	
CPC moyen	0,23 €	
	Détails Volet Noël France	Détails Volet Noël Suisse
Interactions avec les publications	31 381	41 647
Impressions	219 656	234 386
Taux de clic sur le lien externe (CTR)	2,07%	2,19 %
CPC moyen	0,11 €	0,18 €

Landing pages de la campagne : Nombre de pages vues		
FR	Révélez-vous lors d'un week-end à Clermont	1556
EN	Reveal yourself during a weekend in Clermont – France	436
DE	Wochenendausflug nach Clermont-Ferrand (Frankreich)	909
NL	Laat je zientijdens een weekend in Frankrijk in Clermont	3 089
ES	Revelarse a su mismo durante un fin de semana en Francia en Clermont	4 586

Analyse des résultats 2019 :

La campagne UNESCO a eu davantage de succès auprès des clientèles espagnoles et néerlandaises. Le CPC reste un peu élevé par rapport à la moyenne.

Pour le volet Noël, le marché Suisse a engendré davantage d'interactions mais peu de vente de manière générale. Ceci pourrait s'expliquer par un contenu de l'offre peu attractif doublé d'une forte concurrence avec d'autres

villes sur la période de Noël. Si le retour sur investissement est à questionner par rapport au nombre de ventes, on peut se satisfaire de la visibilité de la destination en termes d'impressions sur cette période de basse-saison, objectif initial de cette opération. *Voir détail des ventes page 103*

4. Animation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Tripadvisor)

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

a) Présentation de l'action

Promotion de la métropole clermontoise via les réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn.

Fréquence et types de publications par réseau social :

Réseau social	Formats	Fréquence	Cibles
Facebook	Photos, vidéos, liens	3 fois par semaine	25-65+ ans. Les fans habitant la région Auvergne Rhône-Alpes. Les fans qui ont habité, qui sont venus en Auvergne ou qui viennent régulièrement en Auvergne rendre visite à leur famille par exemple.
Instagram	Photos, vidéos, stories	2 à 3 fois par semaine	25-40 ans. Les instagramers habitant la région. Les communautés d'instagramers / les influenceurs
Twitter	Photos, lien	1 à 2 fois par semaine	+30ans. Actifs, décideurs économiques, élus, journalistes, partenaires
LinkedIn	Articles	2 à 3 fois par mois	

Budget annuel

Achats publicitaires	Montant HT
Facebook / Instagram	4 617 €
Twitter	45 €
LinkedIn	83 €
TOTAL	4 745 €

Réalisations marquantes sur l'année

Mars et juin 2019

Diffusion 2 dernières vidéos (Printemps/été et Automne) réalisées avec MesPtitsBoutsDuMonde.

Avril 2019

Organisation d'un Instameet (rencontre d'instagramers) sur la thématique de la randonnée avec un vol en parapente à gagner.

Novembre / décembre 2019

Campagne UNESCO sur Facebook orchestrée par le CRT Auvergne-Rhône-Alpes à destination des marchés européens.

Décembre 2019

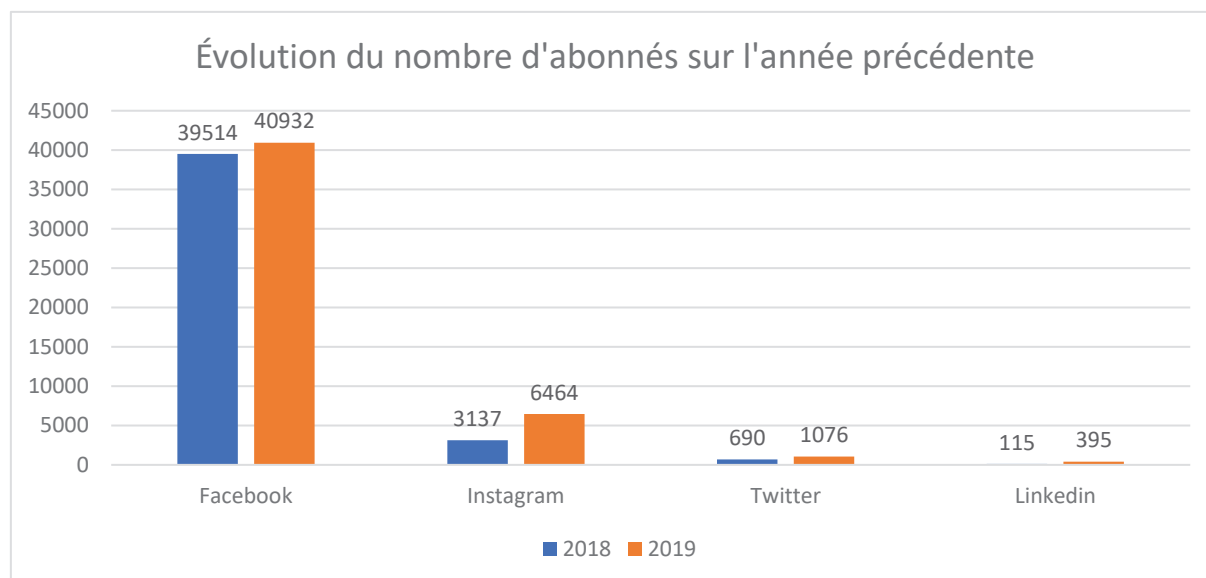
Organisation d'un Instameet « Noël à Clermont » : rencontre avec les abonnés, escape game à Life'Scape, visite de l'exposition à l'Imaginarium du Photographe et parcours photo dans la ville, marché de Noël et ses illuminations.

Tout au long de l'année :

- Sponsorisation hebdomadaire de publications dans l'optique de gagner en visibilité et en abonnés.
- Utilisation de nouveaux formats (Stories Instagram, sondages, etc.).

Indicateurs & comparatif sur l'année précédente

Les abonnés



Globalement, on peut constater que le nombre d'abonnés a augmenté, cela pour chacun des réseaux sociaux. Le % d'augmentation est plus important sur Instagram compte tenu du renforcement de la présence de l'Office de Tourisme sur ce support (fréquence, utilisation des stories, publications sponsorisées) et du potentiel de développement de ce réseau en forte croissance compte tenu de sa récence relative par rapport à Facebook par exemple.

La progression sur Twitter et LinkedIn confirme également notre intérêt de rester actifs sur ces réseaux.

Nombre et portée des publications en 2019

Réseau social	Taux d'engagement moyen des publications	Publications organiques	Publications sponsorisées	Portée moyenne des publications organiques	Portée moyenne des publications sponsorisées
Facebook	5,08% (4,96% en 2018)	94 (110 en 2018)	34 (10 en 2018)	3698	6577
Instagram	4,32 % (6,94% en 2018)	52 (45 en 2018)	26 (9 en 2018)	2162	17013

Sur Facebook, le taux d'engagement est plutôt bon par rapport à la moyenne sur Facebook (entre 5 et 7%). L'augmentation des publications sponsorisées peut expliquer cette hausse.
Sur Instagram, malgré une baisse par rapport à 2018, le taux d'engagement reste très bon.

b) Classement WeLikeTravel

Le baromètre réalisé par l'agence nantaise We Like Travel mesure la performance des destinations sur les réseaux sociaux. Il est calculé sur la base de 3 réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter), 15 indicateurs de performance et 30 paliers de notations. Il permet d'avoir un filtre distinct entre les Régions, Départements, Villes et Offices de Tourisme.

Dans le classement des villes et Offices de Tourisme en décembre 2019, Clermont Auvergne Tourisme se situe à la 115^{ème} place sur 400, avec en moyenne 22 places perdues sur l'année.
Pour mémoire, en janvier 2018, l'Office de Tourisme métropolitain était classé 319^{ème} sur 367, soit un bond de 204 places sur ce classement.

c) Diffusion des Vidéos MesPetitsBoutsduMonde

		Facebook		Instagram	Youtube	Site web
		Page CAT	Global			
VIDÉO HIVER2019	Nombre de personnes atteintes	81 000	106 000	8 333	-	-
	Nombre de vues	46 000	69 000	4 362	195	408
	Interactions	1 700	3 229	102	12	-
	Taux d'engagement	3,70%	4,68%	2,34%	6,15%	-

		Facebook		Instagram	Youtube	Site web
		Page CAT	Global			
VIDÉO PRINTEMPS 2019	Nombre de personnes atteintes	99 000	847 400	2 644	-	-
	Nombre de vues	67 000	451 000	3 020	132	298
	Interactions	1 500	14 400	47	4	-
	Taux d'engagement	2,24%	3,19%	1,56%	3,03%	-

Comparatif des performances des 4 vidéos sur Facebook

	Été	Automne	Hiver	Printemps/été
Nombre de personnes atteintes	335 600	89 100	106 000	847 400
Nombre de vues	154 000	68 000	69 000	451 000
Interactions	8 400	2 575	3 229	14 400
Taux d'engagement (*)	5,45%	3,79%	4,68%	3,19%




(*) Pour faciliter l'analyse et disposer d'une lecture sur le taux d'engagement, il est calculé ici par le rapport entre le nombre d'interactions sur le nombre de vues.

La vidéo hiver obtient un bon taux d'engagement malgré un nombre de vues moins important que les autres vidéos.

La vidéo Printemps/été a remporté le plus de succès parmi les 4 avec 451 000 vues sur Facebook.

Il n'y a pas de comparatif possible avec 2018 car c'est la première fois que ce dispositif est mis en place.

d) Les avis

AVIS DEPOSES EN 2019	
	Bureau de Clermont-Ferrand : 10 avis (13 en 2018) Total des avis : 61 avis Moyenne : 4,64 / 5
	Bureau de Royat-Chamalières : 1 avis (5 en 2018) Total des avis : 31 avis Moyenne : 5/5
	Google MyBusiness Clermont : 63 avis (48 en 2018) Moyenne : 4,5 / 5
	Google MyBusiness Royat : 5 (8 en 2018) Moyenne : 4,6 / 5
	Suite à un changement de modèle de page Facebook pour pouvoir mettre en avant les vidéos, l'outil d'avis n'est plus disponible.

La différence de clientèles entre les bureaux d'accueil de Clermont et de Royat et de leurs comportements sur Internet peuvent expliquer la différence notable dans le nombre d'avis déposés.

Le nombre d'avis déposé est plus important sur Google MyBusiness. Tripadvisor est plutôt utilisé pour les sites touristiques et les commerces ce qui peut expliquer cette différence.

Dans tous les cas, la modération reste indispensable. Nous répondons aux avis positifs comme négatifs. Globalement, les avis déposés sont positifs et les visiteurs sont satisfaits de l'accueil qui leur est réservé.

5. Diffusion renforcée des newsletters selon les différentes cibles

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

Présentation de l'action

Trois types d'infolettres sont envoyées, dont le contenu et la fréquence varient selon les cibles.

Cible	Contenu	Fréquence d'envoi estimée	Envoyées	Nombre moyen destinataires
Liste Grand public	Les idées de séjours, agenda, bons plans et visites guidées	En fonction de la saisonnalité, des vacances ou périodes de promotions	09/02/19 16/02/19 28/03/019 06/04/19 27/04/19 29/05/19 22/06/19 06/07/19 14/09/19 23/09/19 05/10/19 06/12/19	2279
Liste Pros / Presse	L'actualité de l'Office de Tourisme métropolitain et de ses partenaires	Mensuelle	08/01/19 22/01/19 12/02/19 19/03/19 28/03/19 29/03/19 16/04/19 07/05/19 13/05/19 14/05/19 16/05/19 28/05/19 06/06/19 25/06/19	819
Liste Congrès	Les informations sur l'organisation d'un séminaire, un congrès, un salon	En fonction de l'actualité	5/02/19	771

Le nombre de destinataires correspond au nombre de contacts destinataires des infolettres. Ce nombre peut varier pour chaque infolettre entre les nouveaux inscrits, désinscrits ou en fonction de la segmentation (par exemple lors d'un ciblage uniquement sur les professionnels du département du Puy-de-Dôme). Il est donc communiqué sur une moyenne de destinataires par infolettre adressée et pour chacune des listes d'envoi.

Ce moyen de communication nous permet d'informer et de renforcer nos relations avec nos partenaires et professionnels, mais également de séduire et fidéliser nos visiteurs et clients. Nos missions, projets et actions (passées, en cours et à venir) sont valorisées.

Les infolettres envoyées sont aussi archivées sur le site Internet dans la rubrique « Infolettres ».

Exemple : les infolettres professionnelles archivées sur le site Internet.



Clermont s'affiche à Lyon et à l'international

16 avril 2019



SAVE THE DATE : Les 2es Rencontres du tourisme métropolitain - Jeudi 23 mai 2019

29 mars 2019



Suivez les pas de Jessica pour cette escapade hivernale

28 mars 2019



City Guide Clermont : 100 % musiques actuelles !

12 février 2019



Salon SBE 2019 - Lyon, Cité Internationale.

5 février 2019



Les restaurants de la métropole distingués par le guide Michelin

22 janvier 2019

Budget annuel

- 278 € HT /an d'abonnement à l'outil d'emailing Sendinblue

Réalisations marquantes sur l'année

Pour faire face à d'autres priorités dans notre organisation, nous avons principalement centré notre production de contenus en lien avec les infolettres sur les cibles grands publics au détriment des infolettres pro dont l'envoi s'est amenuisé sur le dernier semestre de l'année.

Indicateurs & comparatif sur l'année précédente

Infolettre PRO	2018	2019	
Total moyen destinataires	780	798	↗
Taux d'ouverture moyen %	36,76	39,77	↗
Taux moyens de clics %	12,06	15,03	↗
Taux de désinscription %	0,21	0,14	↗

Infolettre GP	2018	2019		Comparatif tourisme (*)
Total moyens destinataires	1496	2363	↗	
Taux d'ouverture moyen	34,69	32,55	↘	24,61
Taux moyens de clics	9,70	12,80	↗	4,58
Taux de désinscription	0,93	0,71	↗	

(*) Ces chiffres permettent de se comparer à des données moyennes observées dans le secteur du tourisme

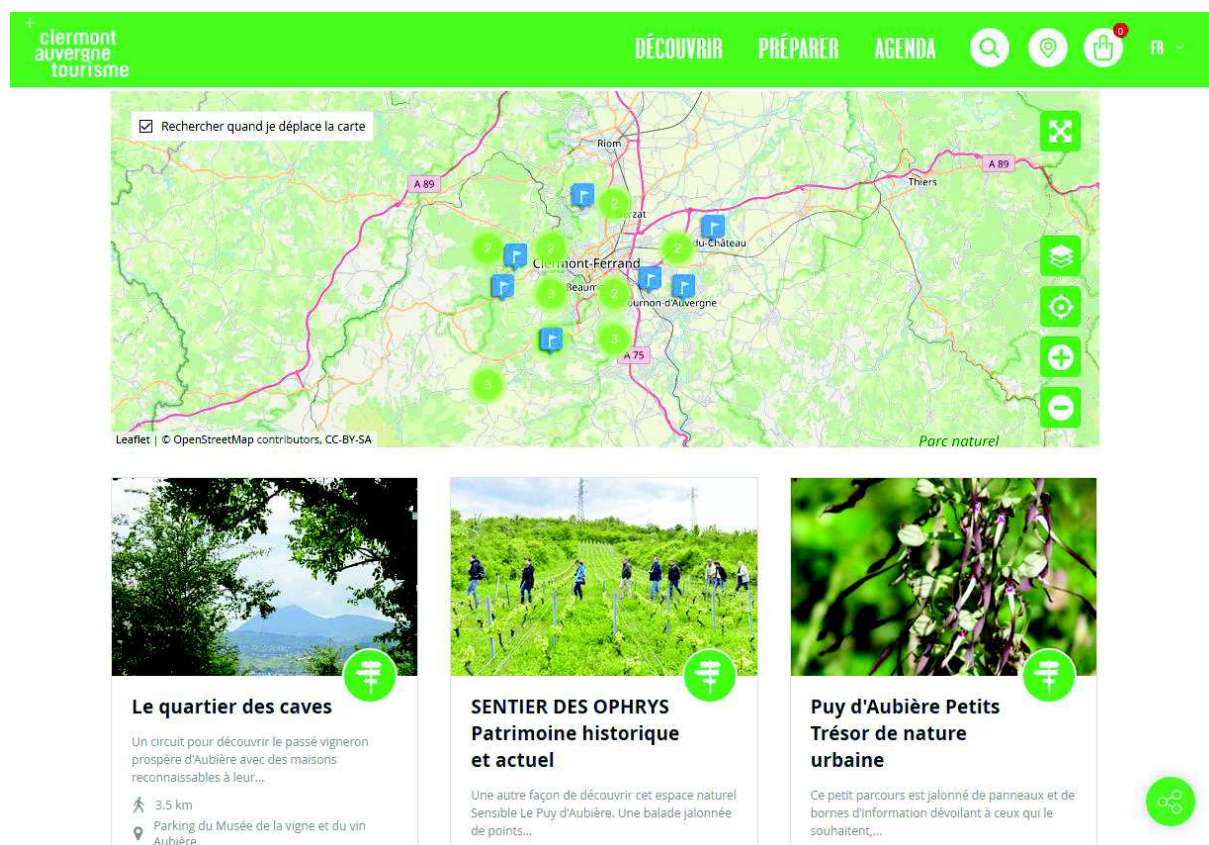
6. Intégration de la plate-forme itinérance (e-rando 63)

Cette action fait suite à la convention de mise à disposition de la plate-forme « module e-rando63 » signée le 18/06/2018 avec le Conseil Départemental du Puy-de-Dôme.

Sur le site Internet de Clermont Auvergne Tourisme, on peut ainsi embarquer les parcours et suivre les chemins de randonnée issus du module e-rando63 (plate-forme Cirkwi).

La page est accessible dans l'arborescence du site dans la partie Pleine Nature et plus spécifiquement sur l'offre de randonnées à l'adresse suivante :

<https://www.clermontauvergneturisme.com/auvergne-nature/circuit-balade/>



The screenshot displays the website's interface for hiking routes. At the top, there is a navigation bar with the logo 'clermont auvergne tourisme' and menu items: DÉCOUVRIR, PRÉPARER, AGENDA. A search bar and utility icons are also present. Below the navigation is a map of the Clermont-Ferrand region with several blue circular icons representing hiking routes. A search filter is active: 'Rechercher quand je déplace la carte'. Below the map, three featured routes are shown with images and descriptions:

- Le quartier des caves**: Un circuit pour découvrir le passé vigneron prospère d'Aubière avec des maisons reconnaissables à leur...
3.5 km
Parking du Musée de la vigne et du vin Aubière.
- SENTIER DES OPHRYS Patrimoine historique et actuel**: Une autre façon de découvrir cet espace naturel Sensible Le Puy d'Aubière. Une balade jalonnée de points...
- Puy d'Aubière Petits Trésor de nature urbaine**: Ce petit parcours est jalonné de panneaux et de bornes d'information dévoilant à ceux qui le souhaitent,...

En 2019 cette page a comptabilisé 3 093 vues.

En 2020, il conviendra de s'interroger sur Apidae et Cirkwi en termes :

- D'interconnexion afin que l'ensemble de l'offre randonnée remonte bien simultanément sur les deux outils en passerelle.
- De cohabitation sur le site Internet de Clermont Auvergne Tourisme afin d'offrir la meilleure utilisabilité pour les internautes puisque ces deux outils permettent de promouvoir l'offre de randonnée.

7. Réflexion sur un dispositif de médiation en réalité virtuelle immersive

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

Présentation de l'action

- **Valoriser les richesses patrimoniales du territoire** (historiques, bâtis, naturelles...) sous des formes nouvelles, capables de répondre aux comportements des utilisateurs en quête de nouvelles expériences de visites, afin de renouveler leur intérêt pour accroître l'attractivité de la destination.
- **Développer des contenus de médiation** : film(s) VR immersif d'une durée de quelques minutes pour être lu dans un casque individuel spécifique et dans une salle aménagée.
- **Organiser un ou plusieurs espaces d'accueil** dédiés entre 15 m2 et 30 m2, recourant à la réalité virtuelle immersive avec la mise à disposition de casques « stand alone » (sans câble de raccordement à un PC) dans des lieux pérennes (locaux de l'Office de Tourisme métropolitain, sites touristiques comme la Maison de site du puy de Dôme, etc.) ou événementiels (salons de promotion touristiques comme Les Thermalies, le salon du randonneur, opérations de street-marketing, etc.).
- Bénéficier des flux de fréquentation pour **monétiser le dispositif** et tendre vers un modèle économique rentable.

Budget annuel

Coût total de l'opération estimé à 230 000 € HT sur 3 ans (incluant prestations, investissements et personnels).

Réalisations marquantes sur l'année

Fin 2018, la Route des Villes d'Eaux du Massif Central a présenté une étude des Décodeurs Associés afin d'identifier les villes d'eaux se tenant prêtes à concrétiser ces expériences numériques.

La SPL a fait connaître son intérêt de développer un dispositif de médiation en réalité virtuelle immersive.

Le 24/04/2019, une candidature a été déposée dans le cadre du programme collectif HAPPI MONTANA incluant plusieurs candidatures dont celle de la SPL et porté par MACEO en réponse à l'Appel à projets Programme d'Investissements d'Avenir Action « Territoires d'innovation ».

À l'issue d'une première sélection, le 2 juillet 2019, le comité de pilotage n'a pas retenu le Projet Happi Montana.

3. STRUCTURATION – DEVELOPPEMENT

OBJECTIFS	ACTIONS	Gd Public	Pros	urbain	Thermal	sport	Congrès	Fiches actions	Indicateurs	Etat d'avancement
Renforcer la visibilité de la filière thermique en structurant l'offre	Définition d'un plan d'action propre à la Station thermale, en lien avec les professionnels locaux Poursuite des salons thermaux	X	X		X			N°13 Copil Royat – Chamalières	Opérations collectives réalisées – fréquence des rdv – partenariats noués	En cours
Structurer l'offre vélo (GTMC – V70)	Accompagnement du CD 63 : Sensibilisation des professionnels pour adapter leur offre à l'accueil des clientèles vélo - réflexion sur les services et la signalétique sous l'égide du CD 63	X	X			X		N°18 : Structuration offre vélo	Nombre de professionnels associés	En cours
Développer de nouvelles filières	Benchmark - Etude sur l'opportunité de travailler la filière oenotourisme et la mise en marché touristique de la rivière Allier		X					N°19 Réflexion opportunités oenotourisme + tourisme fluvial		En cours

1. Objectif : Renforcer la visibilité de la filière thermique en structurant l'offre

Comité de pilotage de Station Thermale – Fiche action n°13

OBJECTIFS	CONSTITUTION D'UN COMITE DE PILOTAGE STATION THERMALE							
Partenaire	Thermes – Royatonic - Ville de Royat - Ville de Chamalières Prestataires de la station (commerces, casino)							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Constituer un groupe de travail informel réunissant les acteurs de la station (techniciens, élus) pour travailler collectivement à la satisfaction de nos visiteurs, définir des pistes d'amélioration, partager des budgets et réseaux pour gagner en efficacité et traiter de façon transversale les sujets en lien avec la filière thermalisme et bien-être.							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pro	Presse
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature	Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès		
Moyens Humains	Personnel bureau de Royat							
Budget	40 000 € TTC - versement des communes							
Planning	Toute l'année (réunion 1 X / mois)							
Indicateurs de suivi	Opérations collectives réalisées - fréquence des rdv - partenariats noués							
Risques et contraintes	Implication des partenaires							

Bilan de l'action :

Cf annexe n°11 – Plan d'action Comité de station thermique

Historique des échanges :

Octobre 2018 : rendez-vous avec les techniciens et élus de Royat et Chamalières pour exposer le projet

Février 2019 : courrier adressé aux Maires des deux communes

Fin mars : nouvelle prise de contact avec la Mairie de Royat

Mai : réunion entre la SPL, les Thermes et la Mairie

Juin : nouvelle réunion fixée le 12/06 reportée en août

Octobre : nouveaux courriers aux deux communes

Fonctionnement opérationnel du COPIL lancé en janvier 2020

Budget : 20 000 € TTC / commune

Opérations thermales menées en 2019 :

- Réalisation d'un guide des hébergements thermaux – *voir page 45*
- Participation à 5 salons thermalisme et bien-être en 2019 en collaboration avec les Thermes – *voir page 56*
- Programme d'animations dédiées aux curistes – *voir page 47*
- Valorisation du patrimoine thermal à travers des visites guidées – *voir page 111*

- Participation aux cotés de la ville, du Casino, des Commerçants et des thermes aux accueils des curistes
- Organisation d'évènements tels que le week-end Wellness

Animations thermales

Dans le cadre de l'appui à la filière thermale, l'OTm organise des animations dédiées aux touristes en séjour thermal.

ANIMATION	CONTENU	NOMBRE	FREQUENTATION	MOYENNE
Participation aux « rencontres conviviales » (pot de bienvenue)	Accueil des curistes au casino en collaboration avec les Thermes, la ville de Royat, les commerçants et le Casino	12 animations	1350 personnes accueillies	112 pers / date
Promenades pédestres	Balades pédestres accompagnées par des guides bénévoles – départ en autobus depuis Royat	32 balades	1107 personnes 456 curistes 651 habitants de la métropole	34 pers / balade
Vendredi Nature	Découverte de sites naturels ou ateliers en lien avec la nature	5 rdv maintenus	53 personnes	10 pers / sortie
Escapades du dimanche	Excursion en demi-journée ou journée	14 excursions	491 personnes 209 curistes 282 habitants de la métropole	35 pers / excursion

Bilan financier des animations thermales

ANIMATIONS	CHARGES (HORS COUT RH)	PRODUITS	RESULTAT	
Promenades pédestres 2019	10.294,00 €	10.410,00 €	116,00 €	Plus de promenades / résultat financier équilibré
Promenades pédestres 2018	9.439,58 €	7.853,00 €	-1.586,58 €	
Vendredi Nature 2019	360,00 €	317,00 €	-43,00 €	Peu de prestations maintenues car peu de public
Vendredi Nature 2018	1.460,70 €	750,00 €	-710,70 €	
Escapades du dimanche 2019	13.412,50 €	14.963,00 €	1.550,50 €	Plus d'excursions – résultat financier positif
Escapades du dimanche 2018	8.960,00 €	9.390,00 €	430,00 €	

Tarifs des animations (votés en CA le 21/06/2019) :

Animations thermales	Plein tarif
Escapades du Dimanche <ul style="list-style-type: none"> • Circuit ½ journée • Excursion ½ journée • Excursion journée 	15 € 18 € 60 €
Promenades pédestres du jeudi	10 €
Vendredi Nature (ateliers, conférence, circuits découvertes, tarifs variables en fonction du prix d'achat de la prestation)	5 € OU 10 €

En complément des animations hebdomadaires, le service Animation a contribué à plusieurs opérations :

Organisation d'une équipe SPL/ Station thermale pour soutenir la course caritative La Chamaliéroise dimanche 12 mai : 36 inscrits

- Accueil de l'association « Clermont dessine » à Royat le 22 juin accompagné d'une exposition dans les locaux de l'OT
- Participation à la Métropolitaine : organisation d'une sortie spécifique avec autobus – encadrement du groupe - 19 personnes à St Genès Champanelle
- Stand et accueil au forum des associations de Chamalières samedi 14 septembre : 67 personnes renseignées
- Participation au week-end Wellness, en partenariat avec les Journées du Patrimoine, Effervescence, les 21 et 22 septembre : accueil et renseignements dans le Hall des Thermes, ateliers découverte Tai Chi Chuan, marche nordique, Qi gong, modelage des mains avec la boue thermale, concert musique classique en soirée dans le Hall des Thermes

Implication dans le réseau des Villes thermales

Le 17 octobre 2019, la SPL a participé à la **journée technique annuelle de la Route des villes d'eaux du Massif Central**. Cette journée s'est déroulée à Vichy et portait sur la découverte de l'exposition « Vichy, il était une fois la reine des Villes d'eaux ». Ce fut l'occasion de faire un point sur les actions européennes au sein de l'association E.H.T.T.A et de revenir sur la communication « les Accros du Peignoir ».

Le réseau des villes thermales d'Auvergne Rhône-Alpes s'est réuni pour un **voyage d'étude en Allemagne, dans la station de Staatsbad Pyrmont sur le thème « bien-être thermal et prévention santé »**. Du 23 au 25 octobre, les techniciens des stations thermales, dont les offices de tourisme ont pu échanger, découvrir et comparer les prestations offertes dans un pays voisin et ainsi imaginer l'avenir au sein de nos destinations.

La SPL a participé à ce voyage d'étude, organisé par le CRT Auvergne Rhône-Alpes, aux côtés des Thermes de Royat. Le voyage a été pris en charge par le CRT.

2. Objectif : structurer l'offre vélo (GTMC – V70)

Offre Vélo Pleine Nature

OBJECTIFS	STRUCTURATION DE L'OFFRE VELO							
Partenaire	Conseil départemental 63 - GTMC – CRT - Métropole							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Accompagner le département dans la structuration de l'offre vélo en sensibilisant nos prestataires hébergeurs, en renforçant l'offre de services spécifiques, en travaillant collectivement à la promotion de cette filière.							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	PRO	presse
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature	Tourisme urbain - Culture	Tourisme d'affaire - Congrès			
Moyens Humains	1 personne							
Budget	/							
Planning	1er semestre 2019							
Indicateurs de suivi	Nombre de prestataires impliqués - nombres de touristes pratiquant le vélo comptabilisés							
Risques et contraintes	Travail de persuasion auprès de nos prestataires							

Bilan de l'action :

- Participation de la SPL à la réunion réseau hébergeurs / GTMC organisé par le département 63 le 19/03. Suite à cette réunion, la base de données APIDAE a été alimentée pour répondre aux besoins des cibles cyclistes
- Participation de la SPL à l'accueil de 4 TO étrangers en partenariat avec le CRT Auvergne Rhône-Alpes dans le cadre de Green France
Date : 11 mai 2019
Prise en charge des repas et activités soit 507 € TTC
Retour des TO :
Anglais : Peak Retreats : <https://www.peakretreats.co.uk/summer> (version été)
Canadien : Terra Ultima : <https://explorateurvoyages.com/randonnees-terra-ultima-2/>
- Valorisation de la nouvelle offre Vélo – GTMC sur le site clermontauvergneturisme – création de nouveaux contenus

Ce travail sera poursuivi dans les années à venir avec l'arrivée de la Véloroute 70 et l'apparition de voies vertes sur la métropole.

Préparation à l'organisation du Tour de France et du Critérium du Dauphiné

La SPL a participé à de nombreuses réunions en présence du Service des Sports de la Ville de Clermont afin d'accueillir dans les meilleures conditions le Tour de France 2020 et la Course du Critérium du Dauphiné. Cette phase de préparation a été écourtée début 2020 en raison de la crise sanitaire.

Développer de nouvelles filières

Benchmark - Etude sur l'opportunité de travailler la filière œnotourisme et mise en marché touristique de la rivière Allier

Bilan de l'action

- **VéloRoute V 70**

Clermont Auvergne Tourisme est associé aux travaux de réflexion organisés dans le cadre de l'aménagement de la Véloroute – Voie Verte (V 70) qui, à terme, reliera la Loire à la Méditerranée. Cet itinéraire suit l'Allier sur 400 kms et constitue à ce titre un marqueur fort pour notre territoire.

Sous l'égide d'un Comité d'itinéraire, plusieurs instances ont été créées auxquelles prend part l'Office de Tourisme métropolitain :

- Comité technique : celui-ci a notamment été amené à travailler sur la définition de l'identité de l'itinéraire (en lien avec l'agence BGC Toscane) ;
- Groupe de travail usagers : son objectif est de définir les fuseaux de passage le long de la rivière Allier à proximité ou en lien avec des sites, équipements, services présents sur le territoire ;
- Groupe de travail marketing – Promotion – Communication : coordonné par Auvergne – Rhône – Alpes Tourisme, ce groupe de travail échange sur la stratégie marketing et les outils de promotion et de communication de l'itinéraire.

- **Route de l'Allier**

Clermont Auvergne Tourisme a également participé à la réflexion menée autour de la création d'une « Route de l'Allier » coordonnée par l'Agence d'Urbanisme et de Développement Clermont Métropole autour de 4 axes stratégiques ;

- Préservation et valorisation du milieu naturel ;
- Développement des fonctions récréatives pour la population locale ;
- Développement d'une image et d'une économie touristique compatible ;
- Organisation d'une gouvernance.

Concernant la filière œnotourisme, cette réflexion est reportée aux années suivantes.

4. COMMERCIALISATION

OBJECTIFS	ACTIONS	Gd Public	Pros	urbain	Thermal	sport	Congrès	Fiches actions	Indicateurs	Etat d'avancement
Développer, promouvoir et commercialiser l'offre du territoire	Promotion des ventes du Clermont Pass en le dématérialisant	X		X	X	X		N°14 : Dématérialisation clermont pass	Nombre de partenaires associés - Vente de Pass	Non dématérialisé en 2019 – Pass en version papier
	Déploiement de la place de marché		X	X	X	X		N°16 : Place de Marché		En suspend
	Accompagnement des professionnels pour intégrer la place de marché		X	X	X	X				Reprise de cette mission en 2020
	Renforcement de l'offre touristique vendue sur nos outils digitaux	X		X	X	X				Reprise de cette mission en 2020
	Déploiement du service billetterie en développant l'offre et en assurant la promotion de ce nouveau service	X		X			X	N°15 : Billetterie	Accueil	En cours
Générer du CA pour la boutique	Déploiement du linéaire et des références boutique	X		X	X	X				En cours
	Formation vente des conseillers en séjour									Non réalisée
	Délocalisation d'un espace boutique sur des événements d'envergure	X	X							Non réalisée

1. Objectif : Développer, promouvoir et commercialiser l'offre du territoire

Promotion des ventes du Clermont Pass en le dématérialisant – Fiche action n°14

OBJECTIF	CLERMONT PASS							
Partenaires	Socio professionnels : les sites touristiques, les musées, les transports publics, les commerçants, producteurs locaux et restaurateurs, les hôteliers							
Descriptif de la mission Mode opératoire	<p>Ces pass ont pour but d'inciter nos visiteurs à découvrir le territoire et à allonger la durée de leur séjour. Il existe 37 bonnes raisons d'adopter le ClermontPass. Décliné en 2 langues, l'un est valable 48h à 18,50 €, l'autre valable 72 h vendu à 26 €.</p> <p>Ces ClermontPass version 2019 permettent de profiter des atouts touristiques et culturels de la métropole à tarifs réduits. Ils incluent les visites de L'Aventure Michelin, d'un musée métropolitain au choix (MARQ, musée Bargoin, muséum Henri-Lecoq, musée de la batellerie, musée de la résistance), une visite guidée de l'Office de Tourisme métropolitain sous la conduite d'un guide-conférencier et l'aller-retour en train Panoramique des Dômes. Ils offrent par ailleurs de nombreuses réductions pour des activités de loisirs ou de détente comme Royatonic, ou de services dans 12 boutiques et 10 restaurants.</p> <p>Conçu pour les touristes, il peut aussi intéresser les habitants de la métropole accueillant famille ou amis. Il est vendu à l'accueil de l'Office de Tourisme métropolitain, ou sur le site de Royat-Chamalières, dans certains hôtels et sur notre site www.clermontauvergneturisme.com</p> <p>La promotion du ClermontPass s'effectue chez les 37 partenaires grâce à des présentoirs de dépliants, des annonces presse et sur tous les supports de communication de l'Office de Tourisme métropolitain : éditions, sites Internet et réseaux sociaux.</p>							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	PARTE-NAIRES	PRO	PRESSE
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature	Tourisme urbain - Culture	Tourisme d'affaire - Congrès			
Moyens Humains	Une personne référente sur le dossier avec une période de 5 mois de mise en place du dispositif							
Budget	16 000 €							
Planning	Mise en oeuvre fin 2018, début 2019							
Indicateurs de suivi	Nombre de pass vendus							
Risques et contraintes	La mise en place du dispositif avec la sensibilisation des partenaires nécessitera une grande disponibilité de la part du référent sur ce dossier.							

Bilan de l'Action :

Pour des questions budgétaires liées à la nécessité d'équiper tous les sites partenaires, (soit un investissement d'environ 60 000 €) et en raison d'un développement local en cours (au sein du SMTC), présentant une opportunité de déploiement, cette dématérialisation a été repoussée.

Le Clermont Pass a donc été produit sous sa forme papier.

	Prix public	Total 2019	CA Ventes 2019	Total 2018	Ca Ventes 2018
Pass 48h	18 €	552	10 212 €	436	
Pass 72h	26,50 €	335	8 710 €	231	
Totaux		887	18922 €	667	16 708 €

Détail des ventes :

	avril	mai	juin	juillet	août	sept	oct	nov	déc	Total
Ventes au comptoir (sites de Clermont et de Royat)										
Pass 48h	54	66	25	104	147	56	37	22	0	511
CA Ventes	999 €	1 221 €	462,50 €	1 924 €	2 719,50 €	1 036 €	684,50 €	407 €	0 €	9 453,50 €
Pass 72h	25	37	12	72	121	22	8	3	0	300
CA Ventes	650 €	962 €	312 €	1 872 €	3 146 €	572 €	208 €	78 €	0 €	7 800 €
Ventes en ligne, via le logiciel Ingénie										
	2	4	8	13	2	4	2	4	2	41
	37 €	74 €	148 €	240,50 €	37 €	74 €	37 €	74 €	37 €	758,50 €
	2	11	3	10	4	0	2	3	0	35
	52 €	286 €	78 €	260 €	104 €	0 €	52 €	78 €	0 €	910 €

Un flyer a permis la valorisation de ce produit, il a été diffusé par la société Touring Info Services auprès des sites touristiques. *Voir page 47*

Pour valoriser le Pass, nous avons procédé à des achats d'espaces publicitaires :

- Zap Magazine : 2 encarts – 750 € / 1196 € HT
- La Montagne Guide été : 1100 € HT
- Info : 800 € HT
- Petit Gourmet : 400 € HT

Et à une valorisation du produit par une vitrophanie (230 € HT).

Des conventions passées avec l'ensemble des sites participants précisent les modalités de cette opération (coût, distribution, avantage octroyé, revente...) (*cf annexe n°12 – exemples de conventions*)

CA Total 2019 : 18 922 € HT

Coûts (création, impression, promotion) : 3 700 € HT

Reversements aux prestataires : 9 722 € HT

Marge HT : 5 500 € HT

Politique commerciale de la SPL

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

La commercialisation en ligne des produits destinés aux clientèles individuelles est l'héritage des solutions historiquement mises en place dans les anciens Offices de tourisme à Clermont-Ferrand et Royat avant la création de Clermont Auvergne Tourisme.

En 2019, cette situation laissait apparaître plusieurs contraintes comme :

- Un parcours client décousu avec un double tunnel d'achat sur Internet
 - La réservation de l'hébergement sur clermontauvergneturisme.com avec Open System.
 - La réservation des billets, visites guidées et séjours sur www.clermont-fd.com avec Ingénie.
- Une double gestion des stocks pour les visites guidées vendues en ligne avec Ingénie et au comptoir avec Aloa.
- Des coûts logiciels superflus.
- Une gestion des logiciels qui consomme un temps RH important au détriment des activités régaliennes du pôle Marketing digital et celles du pôle Accueil où les conseillers en séjours jonglent entre les postes de travail et les logiciels pour un seul et même client au comptoir.
- Et in fine des volumes de réservations qui restent modestes.

Ainsi, une nouvelle étude a été initiée au 1er trimestre 2019 autour des outils de vente en ligne avec le cabinet Marketing & Tourisme. Cette étude a permis de décrire une stratégie commerciale pour les clientèles individuelles incluant les éléments préalables de contexte :

- La commercialisation des hébergements et d'un commissionnement comme un engagement pris dans la DSP. Il peut et doit être questionné face à ce contexte mouvant.
- L'obligation d'afficher les disponibilités des hébergements pour le classement Qualité.
- Déploiement de l'Open System : Clermont Auvergne Tourisme s'était engagé à déployer l'Open System. Dans le même temps, le CRT Auvergne-Rhône-Alpes ayant affiché son intention de ne plus prendre en charge les coûts de licence au niveau régional, le Conseil Départemental a souhaité prendre en charge les coûts de licence pour un développement départemental notamment en vue de vendre, l'offre déjà mobilisée, sur le site Auvergne Destination Volcans. Cette passation de dossier a engendré une inertie sur le déploiement de l'outil pendant plus d'un an notamment pour le traitement de questions juridiques portant sur les conventions tripartites Département <-> Clermont Auvergne Tourisme <-> Prestataires touristiques) préalables à toute ouverture de comptes pour les prestataires touristiques.

- Sur un même site, on ne peut pas faire de panier multiple avec différentes solutions (par exemple on ne peut pas installer un panier unique qui permette d'intégrer Open System et/ou Ingénie), il faut privilégier une seule solution qui sera intégrée dans le tunnel d'achat et le panier sur le site.

Cette stratégie commerciale ne concerne pas les logiciels utilisés pour les Groupes et Congrès (engagés avec Ingénie et Léni). Elle porte uniquement sur la commercialisation des clientèles individuelles et permet de positionner la SPL par filière selon deux postures :

- ⇒ **Apporteur d'affaires**
- ⇒ **Vendeur direct**

Budget annuel

- En 2019, solde de 50 % soit 1 850 € HT pour la mission AMO Stratégie de commercialisation des clientèles individuelles. Le premier acompte avait été versé en 2018.

Réalisations marquantes sur l'année

- Validation de cette stratégie commerciale en Conseil d'Administration du 6 décembre 2019.

Produit	2018-2019		Mise en œuvre 2020		
	Stratégie commerciale	Solution technique	Stratégie commerciale	Solution technique	Commission
Hôtellerie (nuitées)	Apporteur d'affaires	Place de marché Open System	Apporteur d'affaires	Scénarios à étudier : - Pilgo - Passerelle avec le Club Hôtelier - Place de marché Open System (sans Accor)	
Campings	Apporteur d'affaires	Place de marché Open System	Apporteur d'affaires	Place de marché Open System	8% HT sur le prix HT de l'hébergement (hors petit déjeuner, taxe de séjour, et prestations annexes)
Meublés et chambres d'hôtes	Apporteur d'affaires	- Gestion des disponibilités avec Tourinsoft - Réservation Place de marché Open System	Apporteur d'affaires	- Gestion des disponibilités avec Tourinsoft - Réservation Place de marché Open System	8% HT sur le prix HT de l'hébergement (hors petit déjeuner, taxe de séjour, et prestations annexes)
Séjours packagés	Vendeur	Ingénie	Apporteur d'affaires	- En s'associant avec un réceptif local - En se rapprochant des solutions type "coffret cadeau"	
Billetterie sites touristiques	Vendeur (en ligne et au comptoir)	Ingénie – passerelle IREC (en ligne) Extranet IREC (au comptoir)	- Apporteur d'affaires (en ligne) - Vendeur (au comptoir)	- Lien vers les sites Internet des sites touristiques - Extranet IREC	
Visites guidées, Clermont Pass et activités loisirs	Vendeur en ligne et au comptoir (sauf activités de loisirs)	Ingénie (en ligne) + Aloa (au comptoir)	- Vendeur sur nos propres produits (Clermont Pass et visites guidées) - Vendeur ou apporteur d'affaires sur les activités de loisirs	- En challengeant une plate-forme de vente de loisirs (au comptoir et en ligne)	
Billetterie spectacle	- Vendeur (au comptoir) - Pas de vente en ligne	- Rodrigue	- Vendeur (au comptoir) - Pas de vente en ligne	- Rodrigue	

2. Déploiement de la place de marché - Renforcement de l'offre touristique vendue sur nos outils digitaux

Fiche action n°16

OBJECTIFS	PLACE DE MARCHÉ & PRODUITS INDIVIDUELS							
Partenaires	- Alliance Réseaux - Ingénierie							
Descriptif de la mission Mode opératoire	- Sensibilisation des acteurs touristiques - Formation et accompagnement des acteurs touristiques - Montage de produits et commercialisation en ligne - Déploiement des passerelles technologiques - Suivi des ventes (indicateurs, statistiques) et bilans							
Cibles	Gp	Curistes	Tou-ristes	Excursion-nistes	Residents	Partenaires	Pro	Presse
Filières	Thermalisme - Bien-être		Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire Congrès	
Moyens Humains	- Animation de place de marché : Elsa Schneider-Manuch - Montage des produits : service réceptif - Paramétrage des outils de vente pour les produits : Marie Venessi							
Budget	Sous réserves de financement par la Région Auvergne-Rhône-Alpes Tourisme							
Planning	Janvier à décembre							
Indicateurs de suivi	- Place de marché : nombres d'offres, nombres de prestataires sur open system, volume d'affaire - Produits packagés individuels: statistiques de vente, date de réservation et de séjour							
Risques et contraintes	- Problématique technique sur le maintien du service (exemple passerelle Accor qui n'est plus fonctionnelle) - Coût de développement des passerelles - Commission qui peut être perçue comme un frein par les prestataires et nuire au déploiement de la solution							

Ventes de séjours packagés individuels commercialisés à l'accueil et sur le site internet www.clermontauvergneturisme.com



Produit Tout Feu Tout Flamme : séjour Hôtelier – 2^{ème} nuit à 50%

Séjour Clermont Shopping Noël 2019 :

- 1 nuit d'hôtel avec petit déjeuner inclus
- 1 tour de Grande Roue
- 1 tour de Petit train
- 1 photo avec le père Noël
- + 1 chèque cadeau d'une valeur de 30 €, offert par Clermont Commerce pour toute chambre réservée.

Valable les week-ends du 29/11 au 28/12/20

A destination des couples et des familles venus dans le cadre d'un city-break pour profiter des animations de fin d'année et faire leur shopping de Noël.

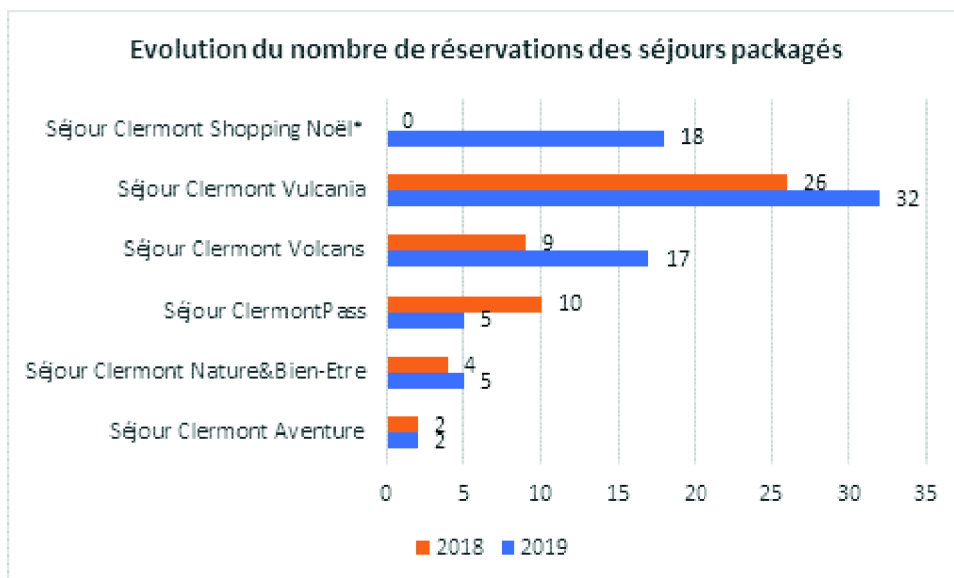
Bilan des ventes													
	Jan	Fev	Mar	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept	Oct	Nov	Déc	
Nombre de dossiers	0	0	0	3	23	9	9	11	2	3	9	10	79
Panier moyen	0	0	0	258,50 €	268,07 €	253,56 €	360,83 €	292,86 €	424,00 €	262,17 €	110,33 €	108,10 €	245,58 €
Volume d'affaires	0,00 €	0,00 €	0,00 €	775,50 €	6 165,50 €	2 282,00 €	3 247,50 €	3 221,50 €	848,00 €	786,50 €	993,00 €	1 080,99 €	19 400,49 €

Comparatif avec 2018

Sauf mention contraire, les séjours étaient valables d'avril à décembre selon l'ouverture des sites touristiques. Vendus sur clermontauvergneturisme.com avec la solution Ingénie.

	Nombre de dossiers 2019 (mis en ligne en avril)	Nombre de dossiers 2018
Séjour Clermont Aventure	2	2
Séjour Clermont Nature&Bien-Etre	5	4
Séjour ClermontPass	5	10
Séjour Clermont Volcans	17	9
Séjour Clermont Vulcania	32	26
Séjour Clermont Shopping Noël*	18	non proposé en 2018
TOTAL	79	51

**valable uniquement les weekends du 29/11 au 28/12/19*



La hausse de vente de séjours packagés est liée à la période de vente et de communication avancée, facilitant l'accès aux produits en avant saison estivale.

Place de Marché Open System

Cibles

Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	Partenaires	Pros	Presse
----------	-----------	-----------------	-----------	-------------	------	--------

Filières

Thermalisme & bien-être	Sports & pleine nature	Tourisme urbain & culture	Congrès & tourisme d'affaires
-------------------------	------------------------	---------------------------	-------------------------------

Présentation de l'action

Développer la vente en ligne :

- Par le biais de passerelles pour les professionnels du tourisme disposant déjà d'un outil de commercialisation en ligne.
- En donnant accès à l'outil de commercialisation Open System d'Alliance Réseaux aux petites structures indépendantes (loueurs de meublés, chambres d'hôtes, etc.).

Action menée auprès de nos partenaires pour répondre aux nouveaux comportements et besoin des clientèles touristiques et thermales.

Objectifs principaux

- Accroître la visibilité et la notoriété de la destination pour promouvoir le territoire.
- Augmenter la réservation de séjours.

Budget annuel

- 360 € HT de maintenance de l'interface de programmation (API)
- Prise en charge de la licence Open System par le CRT Auvergne-Rhône-Alpes puis par le CD63

Réalisations marquantes sur l'année

- Suivi des prestataires déjà présents sur la plate-forme de commercialisation.
- Clermont Auvergne Tourisme s'était engagé à déployer l'Open System à partir du dernier trimestre 2018. Or, à cette même période, **le déploiement de l'Open System a été stoppé par le transfert de prise en charge de la licence et des compétences** entre le CRT Auvergne-Rhône-Alpes et le Conseil Départemental du Puy-de-Dôme, notamment en vue de vendre, l'offre déjà mobilisée, sur le site Auvergne Destination Volcans.

Cette passation de dossier a engendré une inertie sur le déploiement de l'outil pendant plus d'un an notamment pour le traitement de questions juridiques portant sur les conventions tripartites, condition *Sine qua non* pour déployer la solution.

Une convention entre le CD63 et Clermont Auvergne Tourisme a été votée au Conseil d'Administration du 6 mars 2020.

Indicateurs & comparatif sur l'année précédente

- 34 prestataires sont équipées de la vente en ligne.
- Ce qui représente 60 appartements meublés, chambres d'hôtes et hôtels.

Ces prestataires dotés de la place de marché sont des socioprofessionnels engagés depuis plusieurs années sur la place de marché. Nous n'avons pas procédé à de nouveaux recrutements en raison de cette situation délicate précisée ci-dessus.

En 2020, de nouveaux ateliers à destination des prestataires seront mis en place par le service Marketing Digital pour présenter cet outil et son utilité.

Volume d'affaires global 2018 : 7 233,30 €.

Volume d'affaires global 2019 : **10 047,70 €** soit + **2 814,40 €**.

Détail des ventes

	janv.	févr.	mars	avr.	mai	juin
2019	85,00 €	1 988,20 €	1 442,40 €	1 636,80 €	1 456,80 €	409,00 €
2018					106,40 €	637,00 €

	juil.	août	sept.	oct.	nov.	déc.
2019	445,60 €	165,10 €	1 182,90 €		1 235,90 €	
2018	2 572,70 €	260,80 €	140,10 €	259,90 €	3 256,40 €	

3. Déploiement du service billetterie / boutique

Fiche action n°15

OBJECTIFS	Assurer la continuité et le développement du service de billetterie pour les associations locales et les salles de spectacles de la Métropole à la Maison du Tourisme de Clermont et sur le site d'accueil touristique de Royat Chamalières pendant les horaires d'ouvertures							
Partenaire	Métropole, Ville de Clermont, acteurs culturels de la métropole (associations et salle de spectacles)							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Réservations de spectacles, information du public, émission de billet, encaissement des recettes et reversement des recettes aux organisateurs							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	PARTE-NAIRES	PRO	PRESSE
Filières	Thermalisme - Bien-être	Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès		
Moyens Humains	2 référentes billetterie et formation de tout le personnel d'accueil pour assurer la gestion de la billetterie avec le logiciel Rodrigue							
Budget	Outil de réservation : 8947 € HT / tickets : 2239 € HT							
Planning	Mise en place en septembre 2018 et déploiement du dispositif année 2019							
Indicateurs de suivi	Nombre de billets délivrés							
Risques et contraintes	Mission chronophage pour les référents et le personnel d'accueil avec une impérieuse nécessité de simplifier les procédures existantes avec chaque organisateur pour une plus grande efficacité et qualité de service - Les recettes du commissionnement seront faibles							

Bilan de l'action :

Du 1^{er} janvier 2019 au 31 décembre 2019 :

Billets vendus pour **181 spectacles, soit 241 séances**

25 530 billets édités (3 262 entrées payantes et 22 268 entrées vendues par nos soins, mais sans aucune contrepartie financière)

40 opérateurs culturels référencés

Programmation annuelle (Centre Lyrique, Comédie de Clermont, Les Amis de la Musique...)

Structures municipales (Cour des 3 coquins...)

Associations (Tuscania, La Nouvelle Comédie Gauloise, la Grande Vocale, Auvergne pour les enfants...)

Festivals (Court métrage, Jazz en Tête, Théâtre biblique, Trans'urbaine...).

15 salles de spectacles associées : Opéra-Théâtre, Maison de la Culture, Cour des 3 coquins, Maison du peuple, One o One, Polydôme, Eglise Saint Genès les Carmes, Théâtre-Casino de Royat, Conservatoire Emmanuel Chabrier, Basilique Notre-Dame-du-Port, Centre Diocésain, Théâtre de la Petite Gaillarde, Espace Nelson Mandela, Eglise Ste Jeanne d'Arc, Coopérative de Mai.

Volume ventes en 2019 : 66 066 € (pas de comparaison possible avec les années antérieures, 1^{ère} année de mise en place du service)

Bilan des boutiques des espaces Accueil

La Maison du tourisme à Clermont – Fd et le bureau de tourisme de Royat – Chamalières disposent d'espaces Boutiques. On note une augmentation des ventes réalisées en 2019 par rapport à 2018, chiffre d'affaire de 73 355 € contre 67 105 €, soit + 9%, mais en marge réelle, cette augmentation n'est que de 4 %. Le panier moyen reste stable autour de 10 €.

	Qtés ven- dues	Montant total des achats (HT)	CA H.T.	Marge HT	Nombre de tickets	Panier Moyen
2019						
Clermont	18248	41386,787€	66 358 €	24 972 €	7195	10,73 €
Royat	2374	4405,540€	6996€	2 590 €	938	8,45 €
Total	20622	45792,327€	73 355 €	27 562 €	8133	10,46 €
2018						
Clermont	16577	36880,483€	60 826 €	23 946 €	6660	10,53 €
Royat	2451	3815,350€	6 278 €	2 463 €	910	7,75 €
Total	19028	40695,833€	67 105 €	26 409 €	7570	10,20 €

Réalisations marquantes sur l'année

- Nouveaux produits des Accros du Peignoir afin de diffuser la marque et de valoriser le concept.
- Des produits du studio de création graphique et atelier de sérigraphie artisanale « Multiples Uniques » de Salomé Civade à Clermont-Ferrand.
- Les cartes postales Carbala à Romagnat (Carbala est une coopérative loi 47 qui œuvre dans le champ de l'économie sociale et solidaire).
- Le nouveau jeu de société Circino qui met en avant le patrimoine de 24 communes du Puy-de-Dôme (animation et démonstration dans le hall de la Maison du Tourisme les week-ends pendant le marché de Noël).
- Le livre jeunesse « Le rêve de Léon » d'Amandine Muffat, jeune auteure auvergnate.
- La nouvelle gamme de produits du Parc des Volcans.
- Elargissement de la gamme de produits du Court métrage.
- Élargissement de la gamme de bijoux et produits en pierre de lave et en lave émaillée.

TOP 10 DES VENTES BOUTIQUE

2019	Clermont	Royat	2 sites confondus
n°1	Cartes postale standard Debaisieux	Carte postale standard Debaisieux	Carte postale standard Debaisieux
n°2	Magnet Clermont/Volcans	Carte postale ancienne Clouet	Magnet Clermont/Volcans
n°3	Médaille	Carte postale panoramique	Médaille
n°4	Cartes postales panoramique	Carte postale Carbala	Carte postale panoramique
n°5	Set de table	Carte postales Valoire	Set de table
n°6	Cartes postales Court Métrage	Magnet Clermont/volcans	Carte postale Court Métrage
n°7	Dé à coudre	Lentilles	Dé à coudre
n°8	Pochette de protection CB	Miel de montagne bio	Lentilles
n°9	Stylo/styler CAT	Pastilles Vichy (petite boîte 70g)	Pochette de protection CB
n°10	Enveloppe Clermont/Volcans	Carte IGN bleue La chaîne des puys	Carte postale ancienne Clouet

4. Bilan du service réceptif

Le service réceptif a pour mission la promotion et commercialisation de produits à destination du public de groupes constitués et d'individuels.

Le service travaille en étroite collaboration avec un réseau des différents partenaires, en particulier culturels, et des socio-professionnels (sites touristiques, hôtels, restaurants, guides...), encourageant l'attractivité du territoire de Clermont Métropole et générant des retombées économiques directes ou induites.

Ces produits permettent de promouvoir et commercialiser les atouts touristiques, culturels et patrimoniaux de la Métropole tout en construisant une démarche partenariale entre l'office de tourisme métropolitain et les prestataires.

Le service réceptif est également en charge d'une partie de l'organisation et inscriptions des visites guidées dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine.

Commercialisation de visites en lien avec la filière tourisme urbain, culturel et patrimoine

Clermont Auvergne Tourisme a conforté le programme de visites guidées à destination du public des individuels ; un travail en étroite collaboration a été réalisé avec les musées de la Métropole pour construire les programmes de visites.

Travail en collaboration avec le musée d'art Roger-Quilliot

Médiation avec le musée d'art Roger-Quilliot (MARQ) dans le cadre de visites guidées pour un public individuel

Les actions de médiation au MARQ, visites guidées par des guides-conférenciers, avec un degré d'exigence élevé en histoire de l'art et validation des conservatrices, s'est traduit dans la poursuite du cycle *L'œuvre de l'heure* (existe depuis 2006)

Ces deux visites consécutives d'une durée d'1h, sur inscription, se sont déroulées les dimanches (hors premier dimanche du mois)

Nombre de visites en 2019 : **18**

Programmation de visites individuelles

Visites guidées de l'Office de Tourisme métropolitain (programmations n°37 & n°38 et saison estivale)

Visites payantes individuelles 2019

Mois	Visiteurs 2018	Visiteurs 2019	Visites 2018	Visites 2019
Janvier	62	22	2	3
Février	136	41	15	5
Mars	212	18	18	2
Avril	285	108	24	8
Mai	194	91	18	9
Juin	152	97	17	11
Juillet	562	470	45	47
Août	875	999	59	57

Septembre	223	205	20	20
Octobre	139	134	11	12
Novembre	114	58	7	7
Décembre	88	81	6	8
TOTAL	3042	2324	242	189

2018 : 3048 visiteurs avec 242 visites

2019 : 2324 visiteurs avec 189 visites

Soit, une baisse de 23.60 % de fréquentation en 2019 par rapport à l'année 2018

Moyenne 2018 : 18 visiteurs par visite

Moyenne 2019 : 12 visiteurs par visite

Les explications de cette baisse sont multiples

- Edition et communication tardive en début d'année du programme des visites de l'Office de Tourisme métropolitain n°37 du 4 mai au 29 juin en raison des contraintes liées à l'attribution du marché des guides conférenciers.
- Pas d'exposition d'envergure au musée d'art Roger-Quilliot
- Météo orageuse et caniculaire avec de nombreuses alertes

Tarifs pratiqués en 2019 (votés en CA le 21/06/2019)

Visites guidées	Plein tarif	Tarif réduit ⁽¹⁾	Gratuité ⁽²⁾
Visites classiques : 2 heures (centre historique, Clermont, Montferrand, Royat-Chamalières, Pont-du-Château, deux œuvres au musée, etc.)	7,90 €	5,80 €	
Visites classiques : 1 heure (Grandseigne, Notre-Dame-du-Port, Opéra, une œuvre au musée...)	6,50 €	5,50 €	
Visites jeune public : 1h15 (tarif unique)	6.00 €		Gratuité pour les moins de 6 ans
Carte de fidélité (5 visites « classiques »)	32.00 €		
Visites théâtralisées (Clermont /Royat Chamalières) - (tarif unique)	9.00 €		Gratuité pour les moins de 6 ans

NB : (1) Tarif réduit pour les personnes en situation de handicap, les chômeurs et étudiants, Cezam

(2) Gratuits pour les moins de 18 ans sauf visites spéciales, théâtralisées et jeune publi

(3) Pour les visites incluant des prestations particulières ou des prestations supplémentaires (dégustation, transport...), un prix spécifique sera établi.

Parmi les rendez-vous individuels, les visites se répartissent sur le territoire métropolitain. De nombreuses thématiques sont déclinées sur les centres historiques de Clermont et Montferrand et le quartier thermal de Royat-Chamalières, ce sont au total **189 visites guidées** par des guides conférenciers agréés qui sont proposées au public en 2019.

Sujets traités

Les thématiques de visite se déclinent sur différents axes (classiques, inédites, insolites, spéciale jeune public, en famille, ludiques) et s'adaptent aux différents publics afin de toucher le plus grand nombre de touristes ou d'habitants de la métropole.

Les sujets traités répondent à une logique d'animation du patrimoine, de mise en valeur territoriale et d'une diffusion des connaissances liées à l'histoire patrimoniale de Clermont Métropole, à son actualité et à l'évolution des recherches sur son passé.

- Certains sujets sont mis en valeur et animation du patrimoine remarquable : Opéra-théâtre, basilique Notre-Dame-du-Port inscrite à l'UNESCO au titre des chemins de Saint-Jacques de Compostelle, la cathédrale Notre-Dame-de-l'Assomption, le patrimoine thermal etc...
- Des visites jeunes publics et/ou familiales ont été organisées durant les vacances scolaires.
- Une nouvelle visite Clermont gourmand a vu le jour autour du patrimoine du goût avec dégustation aux halles gourmandes Saint-Pierre.
- Programmation autour des thématiques nationales avec Le rendez-vous aux jardins « La chaîne des Puys-faille de Limagne, un jardin volcanique », les Journées de l'architecture « L'Architecture clermontoise des XIXe, XXe et XXIe siècles », la Fête de la Science « Une ville volcanique »...
- Un regard original est porté sur le centre ancien de Clermont avec la thématique Street art.
- Les communes de la métropole ont également été mises à l'honneur avec, en 2019, la programmation des visites du centre-ville de Chamalières, Lempdes, Nohanent.

Les Journées du Patrimoine 2019

- Les visites sur inscription ont été ouvertes le **16 septembre à 10h**,
 - en ligne sur www.clermontauvergnetourisme.com,
 - en vis-à-vis dans nos bureaux d'accueil de Clermont et Royat-Chamalières par nos conseillers en séjour
 - par téléphone.

- Nombre de passages sur les 2 jours :

2834 personnes ont franchi les portes de la Maison du Tourisme dont 128 ont visité l'Espace Patrimoine.

- Toute la semaine qui a précédé, renfort de personnel.
- **91** visites ou animations différentes ont été paramétrées sur Billetweb par notre pôle digital : 70% réservations ont été effectuées en vis-à-vis ou par téléphone et 30% directement sur www.clermontauvergnetourisme.com.
- Nombre de personnes renseignées uniquement sur les 2 jours et uniquement sur le programme JEP/Effervescences (Clermont et Royat) : 626 (en vis-à-vis et par téléphone).

La fréquentation des pages consacrées aux JEP/Effervescences, sur www.clermontauvergnetourisme.com a enregistré un record d'audience avec 25848 pages vues et 20226 utilisateurs uniques (du 2 au 22 septembre)

Visites guidées proposées par l'Office de Tourisme métropolitain

Kessler-Rabanesse (2 visites)	70 pax
Clermont en nocturne (1 visite)	100 pax
Hôtel de ville (6 visites)	400 pax
Montferrand en famille (1 visite)	110 pax
Quartier future Scène nationale (2 visites)	160 pax
Notre-Dame-du-Port et ses abords (2 visites)	110 pax
Fontaine d'Amboise restaurée (8 visites 30mn) (di-manche après-midi, météo désastreuse)	42 pax
Balade à vélo (1 visite)	Annulée pour raison météorologique
Visite Blanzat (1 visite)	45 pax
Circuit pédestre Tiretaine : Royat-Chamalières-Clermont (1 visite de 3h)	48 pax
Visite du quartier thermal de Royat-Chamalières (1 visite)	41 pax

Soit un total de **1026 personnes** qui ont suivi les visites guidées de l'Office de tourisme métropolitain.

A la demande de Clermont Métropole et de la Ville de Clermont-Ferrand, l'Office de Tourisme métropolitain a également géré les inscriptions pour les visites guidées ou les animations proposées par les communes de la Métropole, coordonnées par la Commission Territoires de Clermont Métropole.

Ces manifestations sont proposées soit par les acteurs institutionnels, par l'Office de Tourisme métropolitain ou par les différentes associations œuvrant dans le domaine du patrimoine.

Ville de Clermont-Ferrand

Les Vergnes
Petit théâtre de Vallières
Découverte d'une cave
Les coulisses du tram
Rectorat de l'Académie
Tribunal administratif

Clermont Auvergne Métropole

Taillerie de Royat
Blanzat, bistrot-histoire
Pont-du-Château, visite guidée du château
Pont-du-Château, visite guidée Le Caméléon
Pont-du-Château, Conférence Le Caméléon, chantier subaquatique de Pont-du-Château
Pont-du-Château, visite guidée centre ancien
Pont-du-Château, Musée de la Batellerie d'Allier Pierre Mondanel

Commercialisation de visites et produits groupes

Nombre de dossiers traités *Voir tarifs votés en annexe n°2*

En 2019, **690 dossiers** clients ont été intégrés sur notre outil de gestion des groupe (Ingénie) comprenant des visites sèches, des excursions, des séjours, des accueils presse, des commandes ville et visites individuelles. (**501 hors visites individuelles**).

⇒ Le service a ainsi permis à **plus de 12 000 visiteurs** de découvrir notre destination.

Se répartissant ainsi, parmi les visites sèches, excursions et séjours, accueils presse (hors visites individuelles et commandes ville) :

- ⇒ 221 visites guidées de Clermont
- ⇒ 22 visites guidées de Montferrand
- ⇒ 4 visites des musées de la Métropole
- ⇒ 51 visites de l'Aventure Michelin
- ⇒ 8 visites de Royat-Chamalières
- ⇒ 25 visites scolaires jeune public
- ⇒ 79 excursions,
- ⇒ 19 séjours
- ⇒ 49 dossiers annulés et sans suite.

Concernant les visites groupes en langues étrangères, on note :

- ⇒ 37 visites en anglais
- ⇒ 18 visites en allemand
- ⇒ 6 visites en italien
- ⇒ 7 visites en espagnol,
- ⇒ 1 visite en russe.

Hors visites individuelles, **350 dossiers** ont émané de la région Auvergne-Rhône-Alpes

La provenance des groupes est répartie comme suit :

France	664
Allemagne	4
Belgique	3
Italie	5
Suisse	2
Grande Bretagne	2
Espagne	6
Russie	1
Luxembourg	1
Pays-Bas	1
USA	1

Problématiques externes ayant influencées la mise en place des visites groupes et individuels

Des éléments perturbateurs à l'activité de commercialisation groupes et visites guidées doivent être soulignés :

- Appel d'offres : validation en CA le 25 février 2019, induisant une élaboration tardive des programmations individuels et groupes (séjours et excursions)
- Manifestation des gilets jaunes : annulations de visites et impact dans le processus de réservations.
- Alertes météo engendrant des reports et annulations

Bilan financier :

- Achats visites guidées : 53 076,74 €
- Ventes visites guidées groupes : 35 939,31 €
- Ventes visites guidées individuelles : 11 695,86 €

Perte : 5 441,57 €

5. QUALITE

OBJECTIFS	ACTIONS	Fiches actions	Indicateurs	Etat d'avancement
Obtenir la Marque Qualité Tourisme	Accompagnement des équipes pour répondre au référentiel de la Marque	N°5 : Qualité Tourisme et Classement + RSE	Obtention de la marque Qualité Tourisme et du Classement Catégorie 1	Obtenu
Adapter nos services et notre destination aux clients en situation de handicap	Réflexion autour du label Tourisme et Handicap		Nouvelles animations adaptées au public handicapé	Non réalisé
Etre plus actif dans le volet développement durable	Mise en place d'une démarche RSE		Nombres d'actions suivies	En cours

1. Objectif : Obtention de la Marque Qualité Tourisme – du classement catégorie I

Mise en place d'une Politique Responsabilité Sociale des Entreprises

Fiche action n°5

OBJECTIFS	OBTENTION DE LA MARQUE QUALITE TOURISME OBTENTION DU CLASSEMENT CATEGORIE I MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE RSE							
Partenaire	Cabinet WILLIAM TERRY (Lucas Giraudeau) - Office de Tourisme de France							
Descriptif de la mission Mode opératoire	Appliquer le référentiel Qualité Tourisme sur l'ensemble des postes et missions de l'OT pour gagner en efficacité, en organisation, en transparence Reprendre les engagements qualité vis à vis des clients des partenaires, des professionnels, en lien avec notre organisation interne (management, RH, communication) et s'assurer que nous répondons positivement aux exigences. Dans le cas contraire, développer les outils manquants							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	PARTE-NAIRES	PRO	PRESSE
Filières	Thermalisme - Bien-être	Sports - Pleine Nature		Tourisme urbain - Culture		Tourisme d'affaire - Congrès		
Moyens Humains	1 personne en charge de ce dossier (Béatrice Baverel - 50% ETP) + 1 cadre référent (Virginie Delas) + 1 binôme sur le site de Clermont (Nina Palasse)							
Budget	10 000 € (accompagnement) + Audit (2000 €)							
Planning	printemps 2018- printemps 2019 Audit marque : janvier 2019 - classement : mars 2019							
Indicateurs de suivi	Référentiel							
Risques et contraintes	Mener de front les dossiers classements et qualité Intégrer les délais administratifs incompressibles (délibérations des classements)							

Bilan de l'action :

Au cours de l'année 2018, la SPL a été accompagnée par le Cabinet Terry pour obtenir la Marque Qualité Tourisme.

Suite à un audit externe, Clermont Auvergne Tourisme a reçu cette distinction le **30 janvier 2019**.

Ce label obtenu, l'OTm a présenté un dossier de classement en catégorie I, validé par la Préfecture, la fédération des OT et Atout France le **13 novembre 2019**. Ce classement court pour une période de 5 ans.

Les deux référentes Qualité ont assisté au **Séminaire régional Qualité Tourisme, le 3 décembre, à Lyon**.

En présence des représentants de l'Etat et "Offices de Tourisme de France", cette journée était l'occasion d'aborder :

- les nouvelles modalités d'organisation de la démarche Qualité Tourisme pour les Offices de Tourisme,
- le rôle essentiel qu'ils ont dans la qualité de l'expérience client à travers 2 ateliers thématiques : la mise en œuvre d'un dispositif d'écoute client et l'animation du groupe qualité de destination.

Adapter nos services et notre destination aux clients en situation de handicap

- *Mission non réalisée à ce jour*

Cette action allait de pair avec les travaux engagés dans notre espace d'accueil. Ceux-ci ne pouvant se faire en 2019, nous avons fait le choix de repousser cette réflexion et de l'intégrer plus largement dans une démarche RSE.

En 2020, une action spécifique sera initiée autour du Tourisme Responsable, dont l'accès aux personnes handicapées est un sujet à part entière.

2. Objectif : s'impliquer davantage dans le volet développement durable en réfléchissant à des actions internes puis dans un deuxième temps, externes, fédérant l'ensemble des acteurs de la métropole

Bilan de l'action :

Démarche RSE

Dans le cadre de la qualité, nous avons développé les petits gestes au quotidien pour avoir une attitude exemplaire et responsable.

Nous avons souhaité sensibiliser les professionnels à cette question en intégrant ce sujet dans nos Rencontres du tourisme 2019.

L'intervention de Guillaume Cromer (directeur gérant du cabinet d'ingénierie en marketing du tourisme ID-Tourism, spécialisé sur les questions du développement durable et de l'innovation dans le secteur) a permis de donner des pistes de réflexion aux participants quant à la nécessité de mettre en avant un tourisme de proximité.

La tenue d'un atelier autour des attentes des professionnels sur ce sujet nous a conforté dans la nécessité d'accompagner les professionnels désireux d'aller plus loin dans la mise en place d'actions concrètes.

Nous avons également participé au séminaire « Tourisme durable 2020-2025 » organisé par le PNRVA afin de confronter nos problématiques de développement touristique et de durabilité.

Un groupe de travail sur cette thématique a été créé en fin d'année afin de recenser les différents labels et offres « responsables » sur le territoire.

Ce travail se poursuivra au cours de l'année 2020 et se concrétisera par la mise en ligne d'un onglet « tourisme responsable » sur notre site internet.

Une réflexion quant au choix de la démarche à initier a été lancée, le choix s'est porté sur :

- Une labellisation « Destination Internationale Responsable » à l'échelle de Clermont Auvergne Métropole (début de formation de deux collaboratrices en avril 2020)
- Une certification ISO 20121 à l'échelle de la SPL (début de formation des deux mêmes collaboratrices à l'automne 2020)

6. ACTIONS PARTENARIALES – COORDINATION DES ACTEURS

OBJECTIFS	ACTIONS		Cible	Fiches actions
Animation des réseaux professionnels	Fédérer les professionnels autour d'un même projet	Organisation de moments d'échanges et de rencontres	Pros	N°17 Animations Réseaux pros + ambassadeurs
		Création d'un réseau des ambassadeurs du territoire (greeters)		

1. Bilan Packs Partenaires / partenariats

L'OTm associe les professionnels de la destination par le biais d'une offre de services : le Pack Partenaire. Ce pack est payant et correspond à la vente d'une gamme de services, il est dans la continuité des adhésions mises en place par les précédents Offices de Tourisme de Clermont – Fd et Royat - Chamalières – Prix votés en CA.

Il existe 2 packs :

Le Pack Performance 2019 incluait :

- Une présence sur notre site internet : www.clermontauvergneturisme.com
- Une page dédiée à votre offre avec photos et descriptif détaillé et la valorisation de votre offre dans des articles thématiques
- La mise à disposition de documentations touristiques sur clé USB ou version papier
- La mise à disposition de photos et vidéos afin d'alimenter votre site internet ou votre page Facebook
- Une invitation à nos visites guidées, pour découvrir nos animations
- Pour les hébergeurs, la mise à disposition de la place de marché **Open System** pour vendre vos prestations en ligne.
- Des invitations aux « petits déjeuners » des partenaires et aux 2èmes Rencontres du Tourisme Métropolitain au printemps 2019
- 10 % de remise sur les produits dans les boutiques des sites de Royat/Chamalières et Clermont-Ferrand

Le Pack Affaires en lien avec la filière Congrès et Tourisme d'affaires :

- Une présence sur le site web dédié : www.congres-clermontauvergneturisme.com
- La valorisation de votre établissement dans le cadre des actions de promotion du Bureau des Congrès
- La possibilité de promouvoir votre offre dans une newsletter destinée aux organisateurs de congrès *nouveauté 2019*

Nous avons comptabilisé 309 partenaires, répartis ainsi :

Types d'établissements	Nombre
Agences évènementielles	2
Associations	5
Autocariste	1
Bars/Cafés/ Salons de thé /Pâtisseries	10
Campings	4
Chambres d'hôtes	5
Commerces	27
GIE Commerces	3
Hôtels / Hôtels restaurants	42
Locations de véhicules	2
Meublés	116
Prestataires de loisirs	10
Prestataires techniques	3
Restaurants	76
Taxis	2
Traiteur	1
Total	309

Les tarifs pratiqués pour les packs ont fait l'objet d'un vote au conseil d'administration du 22 mars 2019.

Cf annexe n°4

Aux packs partenaires, s'ajoutent des partenariats spécifiques, contractualisés par des conventions (*Cf annexe n°12 – exemple de convention*), les sites concernés sont :

- Vulcania
- Lemptegy
- L'Aventure Michelin
- Asm Expérience
- Royatonic
- Le Panoramique des Dômes

L'ensemble de ces partenariats génère un chiffre d'affaire de 73 000 € HT.

2. Développer les échanges avec nos partenaires - *fiche action n°17*

Objectifs	Développer les échanges avec nos partenaires afin de travailler collectivement au développement touristique de notre territoire							
Partenaire	Nos partenaires - institutions							
Descriptif de la mission mode opératoire	Rencontres avec les partenaires Participations à des rdv clés Editions print ou web propres à nos partenaires (newsletters, guide du partenaire)							
Cibles	GP	Curistes	Touristes	Excursionnistes	Résidents	PARTE-NAIRES	PRO	PRESSE
Moyens humains	Toute l'équipe							
Budget	15 000 €							
Planning	Toute l'année							
Indicateurs de suivi	Nombre de rdv - Nombre de participants aux événements - Nombre de newsletters lues							
Risques et contraintes	Se dégager du temps pour faire ce travail de terrain Arriver à mobiliser le plus grand nombre de partenaires							

2^{ème} Rencontres du Tourisme

Les 2^{èmes} Rencontres du Tourisme se sont déroulées le 23 mai au Casino de Royat – Chamalières. Le thème retenu cette année était « **Clermont Auvergne métropole, une destination internationale ?** ». Nous avons choisi cette thématique en raison de l'inscription UNESCO de la Chaîne des Puys, qui offrait une nouvelle opportunité de valoriser notre destination auprès des marchés étrangers. 150 professionnels du tourisme ont répondu présents à ces échanges.

La journée s'est organisée en deux temps :

- Une demi-journée avec interventions d'experts :

9 h 15 INTERVENTION D'UN GRAND TÉMOIN

Dominique Hummel

Expert en tourisme (cabinet Strato 2), Directeur de l'innovation à la Compagnie des Alpes et ancien Président du directoire du Futuroscope

10 h 1^{ère} TABLE RONDE

Quelles sont les clientèles internationales de la destination ?

Marie-Laure Desmet, Adjoint au directeur en charge du développement des territoires - Direction de l'Ingénierie et du Développement des Territoires (Atout France)

Christian Douchement, Responsable des marchés internationaux et Promotion Montagne (Auvergne Rhône-Alpes Tourisme)

11 h 2^{ème} TABLE RONDE

Les touristes étrangers : une clientèle particulière ?

Geneviève Fontaine, Directrice de l'Office de Tourisme de Dijon Métropole

Rémi Deleplanque, Chargé de mission ingénierie et médiation culturelle à la Mission Val de Loire patrimoine mondial Unesco

Emmanuel Dupart, Directeur délégué de France Congrès et Evènements
 Guillaume Cromer, Directeur gérant d'ID-Tourism et Président de l'association Acteurs du Tourisme Durable

- Une demi-journée dédiée à des ateliers, participatifs et constructifs :

Le développement durable comme facteur de différenciation ?

Quel tourisme urbain face à la concurrence ?

Le tourisme d'affaires, levier de croissance à l'international ?



Ce nouveau format des rencontres était une bonne expérience, la difficulté rencontrée était surtout la disponibilité des professionnels sur une journée entière.

Cette opération a généré une dépense d'environ 13 000 €, répartie ainsi :

	HT
Intervenants extérieurs	2 000,00 €
Location salle / déjeuner	5 900,00 €
Sonorisation	1 900,00 €
Communication	2 000,00 €
Défraiements invités	1 200,00 €
TOTAL	13 000,00 €

Ces rencontres ont été couvertes par la presse régionale et les principales radios. Le grand témoin, Dominique Hummel, a été l'invité du journal télévisé de France 3 du 23 mai et La Montagne a consacré une page au sujet de cette rencontre professionnelle au casino de Royat.

Ces rencontres nous ont permis d'alimenter notre réflexion sur le plan d'action 2020, grâce à cette journée nous avons acté :

- un partenariat sur les marchés lointains avec le CRT
- des opérations de promotion en collaboration avec les offices de tourisme voisins et Vulcania sur le marché belge
- notre engagement dans le tourisme responsable au titre de Destination internationale Responsable (DIR)

Réseaux professionnels

Commission territoires

Présence de la SPL aux réunions mensuelles de la **Commission Territoires** coordonnée par la **Direction de la Culture de Clermont Métropole** et réunissant élus et techniciens des 21 communes de la métropole. Participation active, en particulier, aux travaux pour le **programme des Journées du Patrimoine et d'Effervescences**, dont l'élaboration du programme de visites guidées et la mise en place logistique des inscriptions en ligne pour les animations de toutes les communes et des rendez-vous secrets.

Comité technique *(voir article 15 bis des statuts de la SPL)*

Le 29 novembre, le Comité technique s'est réuni pour aborder l'ordre du jour suivant :

- Principales actions 2019
- Projet de plan d'actions 2020
- Proposition d'évolution du mode de fonctionnement du Comité technique

Ce rendez-vous important fut l'occasion d'un échange constructif et transparent avec les professionnels.

Réseau des Offices de tourisme du 63

Les 8 offices du tourisme du département ont décidé de se réunir à plusieurs reprises pour aborder des sujets communs : promotion, portes d'entrée UNESCO, qualité, gestion des données, organisation,...

Une réflexion a notamment été menée sur la mise en place d'une nouvelle Fédération régionale des Offices de Tourisme, portée par des élus.

Comité régional du Tourisme

La SPL travaille aux côtés des techniciens du Comité régional du Tourisme pour apporter plus de visibilité à ses actions et profiter de l'expertise du CRT.

Notre équipe a notamment assisté au sommet du tourisme (Rencontre Meet and Match) le 8 octobre 2019 à Lyon.

Réseau International des Villes Michelin

Le Réseau international des villes Michelin, initié en 2014 à Clermont-Ferrand a pour objectif de **rassembler les acteurs publics et privés** d'une trentaine de villes à travers le monde pour échanger sur leurs pratiques, créer des passerelles et des collaborations, penser la ville de demain...

Clermont Auvergne Tourisme est co-animateur Groupe de travail « Tourisme » de ce réseau dont la 1^{ère} réunion s'est déroulée le 17 octobre 2019.

Le tourisme, thématique transversale par essence, y sera décliné en 4 volets d'étude, définis en fonction des ambitions de développement touristique de la Métropole :

- Comment mettre en œuvre un développement touristique durable et respectueux ?
- Quelle mobilité touristique mettre en place et promouvoir sur le territoire dans le cadre d'un développement touristique durable ?

Groupe de travail JO 2024

Deux collaborateurs de l'OTm ont participé à de nombreuses réunions pour valoriser Clermont Métropole auprès des délégations sportives présentes dans le cadre des JO 2024.

L'objectif de ce groupe de travail était de proposer des outils de communication et de porter la candidature de la Métropole comme lieu d'accueil des sportifs. Ce travail se poursuit en 2020 avec la création d'un espace spécifique sur le net, d'une plaquette et d'une vidéo.

3. Communication à destination des professionnels

Infolettres Pros

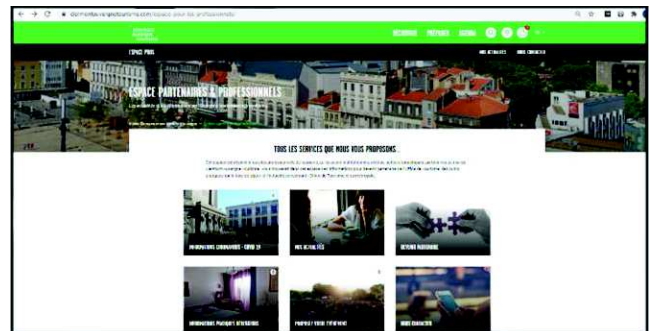
Voir page 87-88



Guide du partenaire

Ce document a pour vocation de présenter la SPL, son équipe, ses actions, et de valoriser le pack partenaire. Il est envoyé aux socioprofessionnels sollicités pour devenir nos partenaires. Imprimé à 700 exemplaires, son coût s'élève à 1000 € HT.

Espace site internet pro :
alimenté régulièrement, cet espace comporte des informations propres aux socioprofessionnels



LES 2ES RENCONTRES DU TOURISME MÉTROPOLITAIN EN VIDÉO COMMUNICATION
Publié le 21 juin 2019

Visiter Clermont et ses volcans d'Auvergne — Articles — Communication — Les 2es Rencontres du Tourisme Métropolitain en vidéo

Les 2es Rencontres du Tourisme Métropolitain se sont déroulées le jeudi 23 mai 2019 au Casino de Royat.

La question de la structuration et de la visibilité de notre destination à l'échelle internationale était clairement posée, notamment dans le cadre de l'inscription de la Chaîne des puy – faille de Limagne au Patrimoine mondial de l'Unesco et à l'heure de la candidature de Clermont-Ferrand au titre de Capitale européenne de la culture en 2028.

Les formats « pages » offrent davantage de fonctionnalités éditoriales pour valoriser les contenus. Ces pages traitent principalement des informations pérennes.

Les formats « articles » sont plus limités en termes de présentation, ils s'inscrivent dans une logique de blog et d'articles en fonction de l'actualité.

Pages pro	Pages vues
Espace partenaires & professionnels	1 137
Une taxe de séjour pour un accueil de qualité	546
Proposez un évènement	380
Guide pratique pour le loueur de meublé	33
Blog (articles pros)	534

18 articles publiés sur le blog de l'Espace Pro	Pages vues
Page « Nos actualités »	534
L'Office de Tourisme métropolitain vous souhaite une belle année 2019	216
Coup de projecteur sur le thermalisme	37
APIDAE : un outil indispensable pour la visibilité et la promotion de vos offres touristiques	31
Les restaurants de la métropole distingués par le guide Michelin 2019	212
Clermont Auvergne Tourisme fait salon	86
Une Qualité reconnue, un engagement de tous	79
Les nouveautés de la saison thermale 2019	90
Clermont Auvergne Tourisme s'affiche à Lyon	77
Des « Rendez-vous en France » fructueux	36
30 autocaristes zurichoïses à la découverte de Clermont	41
2es rencontres de l'Office de Tourisme métropolitain	262
Clermont Auvergne Tourisme au salon des blogueurs de voyage	38
L'Office de Tourisme repense l'accueil de ses visiteurs	63
Un éductour bénéfique pour les acteurs du MICE métropolitain	102
Clermont Auvergne Métropole : une destination touristique internationale ?	192
Opération séduction à Lyon	32
Les 2es Rencontres du Tourisme Métropolitain en vidéo	82
Bilan tourisme 2018	50
Total	3 835

Indicateurs 2019 permettant d'apprécier la qualité du service rendu Annexe DSP

SITES INTERNET (Grand public en 5 langues et congrès)	
Nombre d'utilisateurs cumulés	327 604
Nombre de sessions cumulées	427 861
Taux de rebond moyen	57,44%
Liens entrants cumulés	2 290
Mesure des performances techniques : gtmestrix.com Test effectué sur la page d'accueil de clermontauvergneturisme.com	PageSpeed Score (64%) YSlow Score (69%)
Liste des 30 mots clés principaux Site Grand public	restaurant clermont ferrand hotel clermont ferrand casino royat thermes de royat auvergne tourisme cathédrale clermont ferrand agenda clermont ferrand marché de noel clermont ferrand Riviere allier visite clermont ferrand puy de dome volcan randonnée puy de dome agenda puy de dome cure pour arthrose auvergne lieux d'intérêt parc vulcania vulcania tarif station thermale auvergne cure thermale auvergne plan clermont ferrand musée clermont ferrand hotel royat thalasso auvergne visite puy de dome chambre d hote clermont ferrand camping clermont ferrand randonnée auvergne thermes auvergne week end en auvergne vacances en auvergne en famille

<p>Liste des 30 mots clés principaux Site Congrès</p>	<p>manifestation clermont ferrand congrès seminaire puy de dome polydome clermont ferrand hotel grande halle clermont ferrand bureau des congrès auvergne convention bureau forum polydome clermont ferrand grande halle d'auvergne incentive auvergne seminaire en auvergne animation soirée entreprise team building entreprise animation événement entreprise organisation evènement clermont ferrand organisation de séminaires d'entreprise congres seminaires organisation organiser un congrès organiser un salon professionnel organisation convention entreprise comment organiser un séminaire hotel séminaire clermont ferrand salle de séminaire clermont ferrand organisation evenement entreprise entreprise organisation evenement sportif organisation soirée entreprise organisation team building comment organiser un team building organisation incentive organisation seminaire incentive</p>
<p>SIT APIDAE</p>	
<p>Nombre de fiches saisies par type d'objets</p>	<p>Agenda : 1 690 Hôtels : 1 Chambres d'hôtes + Meublés : 27 Hébergements collectifs : 1 Campings et Aires de Services : 0 Restaurants : 16 Autres types objets (sauf EVE) : 202 TOTAL : 1 929</p>
<p>Nombre de mises à jour par type d'objets</p>	<p>Agenda : 2 296 Hôtels : 137 Chambres d'hôtes + Meublés : 635 Hébergements collectifs : 17 Campings et Aires de Services : 24 Restaurants : 298 Autres types objets (sauf EVE) : 1 609 TOTAL : 5 016</p>

ACCUEIL PHYSIQUE (le nombre de visiteurs accueillis ne peut plus être aujourd'hui considéré comme le seul indicateur pertinent)

Nombre de visiteurs accueillis à la Maison du Tourisme	Nombre de personnes renseignées à la Maison du Tourisme : 40 000 Nombre total de personnes renseignées : 71 695 (comptage manuel par les conseillers en séjour)
Taux de satisfaction des visiteurs accueil	97% de visiteurs satisfaits / très satisfaits
Nombre de visiteurs accueillis à l'Espace Patrimoine	11 010
Taux de satisfaction des visiteurs Espace Victoire	NC – pas d'enquête de satisfaction sur cet espace accessible en libre accès
Chiffre d'affaires boutique	73 355 € HT

ACCUEIL NUMÉRIQUE

Nombre d'utilisateurs	Pas de dispositifs tels que bornes tactiles permettant d'identifier ce type d'accueil
-----------------------	---

PLACE DE MARCHÉ

Nombre de prestations vendues sur le site	60
Volume d'affaires réalisé sur le site	10 047,70 €
Taux de conversion sur le site	Open System ne permet pas actuellement de disposer de ces statistiques
Nombre d'ouverture de compte prestataires	Cf. Fiche action n°16 Déploiement de la place de marché
Nombre de clics depuis le site Internet vers les sites des prestataires	Open System ne permet pas actuellement de disposer de ces statistiques.
Nombre de ventes (marques blanches prestataires)	Open System ne permet pas actuellement de disposer de ces statistiques.
Volume d'affaires (marques blanches prestataires)	5 361,00 € (4 prestataires)

BILLETTERIE (visites guidées – groupes)

Nombre de dossiers traités par le service Réceptif	690 dossiers (= demandes / devis au cours de l'année 2019) : 501 dossiers + 189 visites individuelles
Nombre de billets / visites vendus	Nombre de visiteurs : 12 000
Volume d'affaires	Groupes : 35 939,31 € HT Individuelles : 11 695,85 € HT Achats prestations guidage : 53 076,74 € HT Résultat négatif : 5 441,57 € HT

BILLETTERIE SPECTACLES

Liste des associations utilisatrices par typologie	40 opérateurs culturels :																																		
	<table border="1"> <tr><td>Orchestre National d'Auvergne</td></tr> <tr><td>Centre lyrique</td></tr> <tr><td>Orchestre d'Harmonie de Clermont-Fd</td></tr> <tr><td>Chœur régional d'auvergne</td></tr> <tr><td>Comédie de Clermont</td></tr> <tr><td>Les Amis de la Musique</td></tr> <tr><td>Beat me for a beat</td></tr> <tr><td>Festival les Trans'Urbaines</td></tr> <tr><td>Oasis des Dômes</td></tr> <tr><td>Infinisciences</td></tr> <tr><td>Jazz en tête</td></tr> <tr><td>Orchestre sostenuto</td></tr> <tr><td>Canto Général</td></tr> <tr><td>Cour de trois coquins</td></tr> <tr><td>Cie Parole Conteuse</td></tr> <tr><td>Wakan théâtre</td></tr> <tr><td>Cie de l'Abreuvoir</td></tr> <tr><td>Cie Wejna</td></tr> <tr><td>Cie Simple instant</td></tr> <tr><td>Cie Zumaya Verde</td></tr> <tr><td>Cie DF</td></tr> <tr><td>Cie le Souffleur de verre</td></tr> <tr><td>Cie de Théâtre de la Petite Bulle</td></tr> <tr><td>Cie Parole donnée/Lili label</td></tr> <tr><td>Cie Iceberg Théâtre</td></tr> <tr><td>Cie Le Tiroir aux coquelicots</td></tr> <tr><td>Cie Ricochet(s)</td></tr> <tr><td>Musica Mediante</td></tr> <tr><td>Espace Nelson Mandela</td></tr> <tr><td>Equipe Saint Vincent</td></tr> <tr><td>Field Hollers Band</td></tr> <tr><td>Lions Club Clermont-Fd Doyen</td></tr> <tr><td>La Grande Vocale</td></tr> <tr><td>Génération Mouvement</td></tr> <tr><td>Théâtre Jour et Nuit</td></tr> </table>	Orchestre National d'Auvergne	Centre lyrique	Orchestre d'Harmonie de Clermont-Fd	Chœur régional d'auvergne	Comédie de Clermont	Les Amis de la Musique	Beat me for a beat	Festival les Trans'Urbaines	Oasis des Dômes	Infinisciences	Jazz en tête	Orchestre sostenuto	Canto Général	Cour de trois coquins	Cie Parole Conteuse	Wakan théâtre	Cie de l'Abreuvoir	Cie Wejna	Cie Simple instant	Cie Zumaya Verde	Cie DF	Cie le Souffleur de verre	Cie de Théâtre de la Petite Bulle	Cie Parole donnée/Lili label	Cie Iceberg Théâtre	Cie Le Tiroir aux coquelicots	Cie Ricochet(s)	Musica Mediante	Espace Nelson Mandela	Equipe Saint Vincent	Field Hollers Band	Lions Club Clermont-Fd Doyen	La Grande Vocale	Génération Mouvement
Orchestre National d'Auvergne																																			
Centre lyrique																																			
Orchestre d'Harmonie de Clermont-Fd																																			
Chœur régional d'auvergne																																			
Comédie de Clermont																																			
Les Amis de la Musique																																			
Beat me for a beat																																			
Festival les Trans'Urbaines																																			
Oasis des Dômes																																			
Infinisciences																																			
Jazz en tête																																			
Orchestre sostenuto																																			
Canto Général																																			
Cour de trois coquins																																			
Cie Parole Conteuse																																			
Wakan théâtre																																			
Cie de l'Abreuvoir																																			
Cie Wejna																																			
Cie Simple instant																																			
Cie Zumaya Verde																																			
Cie DF																																			
Cie le Souffleur de verre																																			
Cie de Théâtre de la Petite Bulle																																			
Cie Parole donnée/Lili label																																			
Cie Iceberg Théâtre																																			
Cie Le Tiroir aux coquelicots																																			
Cie Ricochet(s)																																			
Musica Mediante																																			
Espace Nelson Mandela																																			
Equipe Saint Vincent																																			
Field Hollers Band																																			
Lions Club Clermont-Fd Doyen																																			
La Grande Vocale																																			
Génération Mouvement																																			
Théâtre Jour et Nuit																																			

	Comité Départemental FNCTA 63 (Fête du théâtre en Auvergne) La Nouvelle Comédie Gauloise Association Mayadhara Le Valet de Cœur Gérard Sedru Music Quatuor des Volcans Façon Puzzle Orchestre Symphonique des Dômes Festival Hippocampus
Nombre de billets vendus par manifestation (gratuit et avec marge)	25 530 billets édités en 2019 Décompte pointé sur une année, mais fonctionnement de la billetterie selon la saison culturelle de septembre N-1 à juin N
Recettes reversées par manifestation aux associations	Voir tableau ci-dessous - recettes reversées en grande majorité en totalité, hormis des commissions de 10%
Nombre de billets exonérés	22 268

Organisateurs	Liste des spectacles	Date du spectacle	Nombre de places vendues	Somme décaissée
Orchestre d'Auvergne				
	Concert d'ouverture	04/10/2018	2	38,00 €
	Concert d'ouverture	05/10/2018	10	221,00 €
	A vos marques (10h30)	02/11/2018	16	115 €
	A vos marques (14h30)	02/11/2018	15	105 €
	A vos marques	03/11/2018	12	90 €
	A vos marques	04/11/2018	14	110 €
	Traditions d'Auvergne et réconforts romantiques	22/11/2018	2	64 €
	Traditions d'Auvergne et réconforts romantiques	23/11/2018	2	48 €
	Quand la musique transcende la folie des hommes	28/11/2018	0	0 €
	Merveilles lyriques et chants romantiques	11/12/2018	2	64 €
	Un coucher de soleil romantique à Vienne	10/01/2019	5	134 €
	Un coucher de soleil romantique à Vienne	11/01/2019	7	101 €
	Ludwig van B.	23/01/2019	12	195 €
	Concours de création à l'image	07/02/2019	4	24 €
	Messages, souvenirs et métamorphoses	14/02/2019	8	226 €
	Messages, souvenirs et métamorphoses	15/02/2019	2	64,00 €
	Epicure chez Goethe	09/03/2019	8	121 €
	Sublimations poétiques	14/03/2019	7	207 €
	Sublimations poétiques	15/03/2019	5	160 €
	Absolus baroques	11/04/2019	1	27 €
	Absolus baroques	12/04/2019	6	177 €
	Puretés classiques et profusion lyrique	13/04/2019	9	174 €

	Ludwig van B. saison II	15/05/2019	7	134 €
	Icones musicales	24/05/2019	20	774 €
	Douceurs ibériques et feu nippon	06/06/2019	4	128,00 €
	Douceurs ibériques et feu nippon	07/06/2019	6	166 €
	Concert Déluge	14/06/2019	7	72 €
Centre lyrique				
	The Beggar's Opéra	11/10/2018	0	0,00 €
	The Beggar's Opéra	12/10/2018	6	34,00 €
	Voix du sud	24/11/2018	12	340 €
	Vive la vie	07/12/2018	13	263 €
	Grande voix Pretty Yende	20/12/2018	6	252 €
	Madame Butterfly	19/01/2019	20	844 €
	Marc antoine et cléopatre	29/01/2019	3	52 €
	La vie parisienne	10/02/2019	8	384 €
	26ième concours	02/03/2019	5	106 €
	Monsieur de Pourceaugnac	02/04/2019	0	0 €
	Concert des 20 ans	05/04/2019	12	236 €
	Le siffleur et son quatuor a cordes	07/04/2019	15	258 €
	Orphée et Eurydice	09/05/2018	17	538 €
Les Amis de la musique				
	Trio Zadig	08/10/2018	0	0,00 €
	Edgar Moreau et David Kadouch	12/11/2018	14	348 €
	Ensemble Face à face	03/12/2018	3	52 €
	Quatuor Danel	21/01/2019	16	407 €
	Quatuor Modigliani	04/02/2019	16	324 €
	Le Sage/Fouchenneret/Berthaud/Salque	18/03/2019	18	427 €
	Alexandre Kantorrow	08/04/2019	17	417 €
Orchestre d'harmonie de CF				

	Centenaire de 1918	11/11/2018		gratuit
	Littérature et musique	16/02/2019		gratuit
	Peinture et musique	08/05/2019		gratuit
Ville de Clermont-Ferrand				
	Histoires d'une nation	20/09/2018		gratuit
	Trophées des femmes de l'économie	29/11/2018		gratuit
	Inauguration de la banque des territoires	14/11/2018		gratuit
	Nelson Mandela (11h)	13/12/2018		gratuit
	Nelson Mandela (15h)	13/12/2018		gratuit
	Concert basilique Unesco	02/12/2018		gratuit
Cour des Trois coquins				
	Chamanes, contes de traverses, de renaissances	04/10/2018	1	14,00 €
	Chamanes, contes de traverses, de renaissances	05/10/2018	0	0,00 €
	Chamanes, contes de traverses, de renaissances	07/10/2018	3	24,00 €
	Ces gens-là	12/10/2018	0	0,00 €
	Les mots de la cour	18/11/2018	16	120,00 €
	Naissance d'un poète	22/11/2018	2	30 €
	Naissance d'un poète	23/11/2018	3	35 €
	Naissance d'un poète	24/11/2018	4	50 €
	Naissance d'un poète	25/11/2018	12	170 €
	Naissance d'un poète	29/11/2018	2	20 €
	Naissance d'un poète	29/11/2018	0	0 €
	Naissance d'un poète	30/11/2018	4	60 €
	Naissance d'un poète	01/12/2018	5	65 €
	Naissance d'un poète	02/12/2018	7	95 €
	Standing up	22/11/2018	2	28 €
	Standing up	23/11/2018	5	58 €
	Le procès pinocchio (10h)	07/12/2018		ANNULÉ

Le procès pinocchio (14h30)	07/12/2018		ANNULÉ
Le procès pinocchio	08/12/2018		ANNULÉ
Les mots de la cour	09/12/2018	8	62 €
Rivages	12/12/2018	5	49,50 €
Tous les matins je me lève (14h30)	20/12/2018	1	8,00 €
Tous les matins je me lève (20h30)	20/12/2018	2	16,00 €
Tous les matins je me lève (14h30)	21/12/2018	1	8,00 €
Tous les matins je me lève (20h30)	21/12/2018	11	124,00 €
Une femme fuyant l'annonce	13/01/2019	8	62,00 €
Johan Padan à la découverte des Amériques	18/01/2019	0	0,00 €
Johan Padan à la découverte des Amériques	19/01/2019	3	36,00 €
Johan Padan à la découverte des Amériques	20/01/2019	7	86,00 €
Perdu # lost	24/01/2019	0	0,00 €
Perdu # lost	25/01/2019	3	26,50 €
Le Bain	24/01/2019	0	0,00 €
Le Bain (14h30)	25/01/2019	2	11,00 €
Le Bain (20h30)	25/01/2019	5	49,50 €
Le Bain	26/01/2019	5	44,00 €
AH-HI	31/01/2019	0	0,00 €
AH-HI	01/02/2019	0	0,00 €
Rosa, un portrait d'Amérique latine	06/02/2019	3	24,00 €
Le lambeau	10/02/2019	10	80,00 €
Oliver	15/02/2019	27	198,00 €
Sur le Giro 1949	10/03/2019	0	0,00 €
On n'enferme pas les daltoniens	21/03/2019	2	22,00 €
On n'enferme pas les daltoniens	22/03/2019	9	94,00 €
On n'enferme pas les daltoniens	23/03/2019	8	83,00 €
On n'enferme pas les daltoniens	24/03/2019	2	12,00 €

Le préfet Pilate a-t-il bien fait son métier?	23/03/2019	18	260,00 €
Le préfet Pilate a-t-il bien fait son métier?	24/03/2019	17	200,00 €
Leve ta garde!	03/04/2019	0	0,00 €
Rencontres européennes théâtre adolescence	05/04/2019	0	0,00 €
Rencontres européennes théâtre adolescence	06/04/2019	0	0,00 €
Rien que pour vous (15h)	26/04/2019	13	77,00 €
Rien que pour vous (20h30)	26/04/2019	11	82,50 €
Que quelque chose se passe	02/05/2019	1	5,50 €
Que quelque chose se passe	03/05/2019	2	22,00 €
Que quelque chose se passe	04/05/2019	0	0,00 €
Ici et la + No man's land	25/05/2019	6	60,50 €
Et boom! Antigone	06/06/2019	1	8,00 €
Star David Bowie + In the dark Kurt Cobain	12/06/2019	0	0,00 €
Star David Bowie + In the dark Kurt Cobain	13/06/2019	0	0,00 €
Star David Bowie + In the dark Kurt Cobain	14/06/2019	5	45,00 €
Les Trans'Urbaines			
All style contest	14/10/2018	1	6 €
Dans l'engrenage	16/10/2018	17	232 €
R1R2 Start	18/10/2018	14	200 €
Battle trans'urbaines	21/10/2018	33	261 €
Tremplin choregraphique	27/10/2018	22	239 €
Tous lauréats	30/10/2018	36	436 €
Made in Auvergne	31/10/2018	19	200 €
Oasis des dômes			
Sous les jupes des femmes garde-côtes	28/09/2018	20	300 €
Gros Mensonge	07/04/2019	12	180 €
La Comédie - Scène nationale			
Slava snowshow	01/12/2018	5	112 €

	Slava snowshow	02/12/2018	0	0 €
	Les Grands	06/12/2018	3	84 €
	Muddy Gurdy	11/12/2018	0	0 €
	D'est en ouest	19/12/2018	0	0 €
	Grand finale	11/01/2019	0	0 €
	Une nuit américaine	12/03/2019	0	0 €
	Une nuit américaine	13/03/2019	0	0 €
	(B)	15/03/2019	0	0 €
	(B)	16/03/2019	4	112 €
	Happy child	20/03/2019	1	28 €
	Tous des oiseaux	03/04/2019	0	0 €
	Le bruit des arbres qui tombent	10/04/2019	0	0 €
	Le bruit des arbres qui tombent	11/04/2019	0	0 €
	Retour à Reims	15/05/2019	1	28 €
	L'ombre de l'eau	20/05/2019		gratuit
	Une soirée avec Forsythe	26/05/2019	4	98 €
Jazz en tête				
	Yes! Trio + Walter Smith trio III	23/10/2018	11	198 €
	Duo Interplay + Billy Childs Rebirth Quartet	24/10/2018	16	325 €
	Robin McKelle	25/10/2018	6	150 €
	Keyon Harrold Quartet	26/10/2018	27	503 €
	Harold Lopez-Nussa + François et Louis Moutin	27/10/2018	15	213 €
Orchestre sostenuto				
	Grandes orgues romantiques	04/11/2018	376	5 691 €
	Influence	27/04/2019	302	4 859 €
Canto Général Auvergne				
	Concert pour la paix	18/11/2018	33	475 €
Beat me for a beat				

	House Oddity #2 (Skatebard + Gily + Ajams)	16/11/2018	2	16,00 €
	Techno Airlines XVI (Samuel Kerridge + Quo + Qube)	07/12/2018	1	4 €
	Techno Airlines XVII (Minimum syndicat+ gily + amenn)	04/01/2019	2	8 €
	Les nuits du Court 2019	01/02/2019	8	55 €
	9th Birthday : Too smooth Christ	08/03/2019	0	0 €
	Techno Airlines XXVIII (Oxyd + Amenn + Qube)	05/04/2019	0	0 €
	Techno Airlines XXIX	07/06/2019	2	8 €
Musica Mediante				
	Un requiem allemand de J. Brahms	25/11/2018	44	1 001 €
Espace Nelson Mandela				
	Soirée culturelle africaine	06/11/2018	16	80 €
	Contes africains	07/11/2018	0	0 €
	Spectacle des chœurs de Brazza	08/11/2018	27	135 €
Equipe Saint Vincent				
	Madame de Rémillon	08/11/2018	277	586 €
Chœur régional d'Auvergne				
	Look for peace	24/11/2018	27	446 €
	L'Art de la paix	01/02/2019	54	882 €
	Souffles de concorde	31/03/2019	27	444 €
Field Hollers Band				
	Melting Pot(es)	01/12/2018	528	5 715 €
Lions Club Clermont-Fd Doyen				
	Féeries Tziganes	08/12/2018	135	1 938 €
	Baptême de Porsche à Charade	26/05/2019	3	35,10€ (com 10%)
Infinisciences				
	Les Pôles : témoins et acteurs du climat	29/11/2018	52	460 €
	L'Origine de l'Homme	13/05/2019	88	790 €
La Grande Vocale				

	La Grande Vocale et le Jazz	15/12/2018	123	1 814 €
Génération Mouvement				
	Carmen à tout prix	18/04/2019	9	243€ (com 10%)
Théâtre Jour et Nuit				
	La réunification des deux Corées	02/03/2019	83	948 €
	Vies parallèles	14/06/2019	14	126 €
	Vies parallèles	15/06/2019	8	58,50 €
Fête du théâtre en Auvergne				
	Dom Juan	08/03/2019	12	85 €
	Le Moche	09/03/2019	7	45 €
	Une fleur sur les ruines	09/03/2019	8	53 €
	Youri	09/03/2018	4	21 €
	La salière	09/03/2018	7	45 €
	Tag	10/03/2019	3	13 €
	Par la fenêtre ou pas	10/03/2019	17	109 €
	Huit clos	10/03/2019	8	53 €
Association Mayadhara				
	(4832) Audrey	11/05/2019	209	2 070 €
La Nouvelle Comédie Gauloise				
	La Bonne Anna (20h30)	25/03/2019		gratuit
	La Bonne Anna (14h30)	26/03/2019		gratuit
	La Bonne Anna (20h30)	16/03/2019		gratuit
Le Quatuor des Volcans				
	Tonio Escamez et le Quatuor des Volcans	19/04/2019	30	450 €
Façon Puzzle				
	Lulu la Nantaise présente (14h)	04/05/2019	19	95 €
	Raoul Volfoni présente (16h30)	04/05/2019	58	290 €
	C'est du Brutal (Best of) (20h30)	04/05/2019	52	260 €

Wakan théâtre				
	Le Préfet Pilate a-t-il bien fait son métier?	09/04/2019	0	0,00 €
	Le Préfet Pilate a-t-il bien fait son métier? (10h30)	10/04/2019	0	0,00 €
	Le Préfet Pilate a-t-il bien fait son métier? (20h30)	10/04/2019	4	60,00 €
	Augustin passe aux aveux	13/05/2019	9	125,00 €
	Augustin passe aux aveux	14/05/2019	16	230,00 €
Gérard Sdru				
	Polyphonies Corses	23/04/2019	62	1116€ (com 10%)
Valet de Cœur				
	Les Choéphores	11/04/2019	9	135 €
Hippocampus				
	Soirée du vendredi 24 mai	24/05/2019	15	180 €
	Soirée du samedi 25 mai	25/05/2019	19	133 €
Orchestre symphonique des dômes				
	O. symphonique des dômes et Canto Général	08/06/2019	48	816 €

ACTIVITÉS EN LIEN AVEC LES MUSÉES

Liste des activités mises en place avec les musées	Visites individuelles Œuvre de l'heure au MARQ Entrée de groupe et visites guidées sur les musées de la Métropole (MARQ)
La liste des musées concernés par les activités	MARQ
Publics touchés par les différentes activités	Groupe, scolaires
Droits d'entrés reversés aux musées	MARQ : 8 pour 333 € Il y a eu des partenariats avec les musées suivants que nous n'avons pas intégrés car en dehors du territoire de CAM : Minerail, Lezoux, Riom

RÉSEAUX SOCIAUX ET MARKETING D'INFLUENCE

Nombre de fans	Facebook : 40 932 Instagram : 6 464 Twitter : 1 076 LinkedIn : 395
Taux d'engagement	Facebook : 5,8 % Instagram : 4,32 % Twitter, LinkedIn : non disponible
Portée organique moyenne (soit le nombre moyen de personnes exposées pour une publication de manière organique)	Facebook : 3 698 Instagram : 2 162 Twitter, LinkedIn : non disponible
Portée sponsorisée moyenne (soit le nombre moyen de personnes exposées pour une publication de manière sponsorisée)	Facebook : 6 577 Instagram : Twitter, LinkedIn : non disponible
Portée globale (soit le cumul du nombre de personnes exposées en moyenne pour une publication de manière organique et sponsorisée)	Facebook : 10 275 Instagram : Twitter, LinkedIn : non disponible
Nombre de blogueurs partenaires	Lezbroz MesPetitsBoutsDuMonde
Nombre d'articles publiés	Lezbroz : 1 vidéo + 1 article + publications réseaux sociaux MesPtitsBoutsDuMonde : 2 vidéos
Nombre de vues globales des articles	Information non connue

GESTION DE LA RELATION CLIENT

Nombre de destinataires par liste (soit le nombre moyen de personnes destinataires par infolettre envoyée)	Pro : 819 Grand public : 2 279 Congrès : 771
Nombre d'opt-in en base	100%

Taux d'ouverture moyen par liste	Pro : 39,77 % Grand public : 32,55 % Congrès : 38,91%
Taux de clics moyen par liste	Pro : 15,03 % Grand public : 12,80% Congrès : 3,32%
PARTENARIATS	
Nombre de packs partenaires	309
Volume financier des packs partenaires	51 240 € HT
Volume financier des partenariats hors packs partenaires	21 474 € HT (comprend remboursements salons SBE, campagne Lyon, publicité flyers et écran hall)
Nombre de partenariats hors packs partenaires	6 Opérations partenariales