

EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

SEANCE DU 24 février 2012 à 18 h 00

AUJOURD'HUI vingt quatre février deux mille douze

LE CONSEIL MUNICIPAL de la Ville de Clermont-Ferrand, convoqué par Monsieur le Maire le 17 février 2012, s'est réuni dans la salle ordinaire des séances.

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

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

Serge GODARD, Maire, présidant la séance

Présent(e)s :

Serge GODARD, Dominique ADENOT, Françoise NOUHEN, Bernard DANTAL, Monique BONNET, Djamel IBRAHIM-OUALI, Jacqueline CHAPON, Odile VIGNAL, Manuela FERREIRA DE SOUSA, Havva ISIK, Simon POURRET, Patricia AUCOUTURIER, Cécile AUDET, Danielle AUROI, Nicole BARBIN, Grégory BERNARD, Christophe BERTUCAT, Pascaline BIDOUNG, Jean-Pierre BRENAS, Fatima CHENNOUF-TERRASSE, Cyril CINEUX, Sandrine CLAVIERES, Anne COURTILLÉ, Jean-Michel DUCLOS, Roger GIRARD, Jérôme GODARD, Philippe GORCE, Christiane JALICON, Claudine KHATCHADOURIAN-TECER, Alain LAFFONT, Jacques LANOIR, Isabelle LAVEST, Chantal MERCIER-COURTY, Didier MULLER, Corinne NAJIM, Christine PERRET, Martine REMBERT-MANTELET, Yves REVERSEAU, Marie SAVRE, Eric SEVRE, Bruno SLAMA

Excusé(e)s ayant donné pouvoir :

Alain MARTINET à Dominique ADENOT, Alain BARDOT à Djamel IBRAHIM-OUALI, Christine DULAC-ROUGERIE à Christophe BERTUCAT, Olivier BIANCHI à Jacqueline CHAPON, Philippe BOHELAY à Cécile AUDET, Pascal GENET à Isabelle LAVEST, Guy BALLET à Nicole BARBIN, Sandrine BERGEROT-RAYNAL à Simon POURRET, Michel FANGET à Christine PERRET, Danièle GUILLAUME à Françoise NOUHEN, Jean-Philippe VALENTIN à Jean-Pierre BRENAS, Louis VIRGOULAY à Eric SEVRE

Excusé(e)s :

Carole COURTIAL, Odile SAUGUES

Absent(e)s :

Secrétaire :

Sandrine CLAVIERES

Madame Fatima CHENNOUF-TERRASSE entre en séance à partir de la question n°2.

Monsieur Alain LAFFONT donne pouvoir à Madame Fatima CHENNOUF-TERRASSE et quitte la séance à partir de la question n°9.

Madame Christine PERRET quitte la séance à partir de la question n°9.

Madame Anne COURTILLÉ quitte la séance à partir de la question n°42.

Madame Patricia AUCOUTURIER et Monsieur Cyril CINEUX quittent la séance à partir de la question n°46.

A partir de la question n°7, Monsieur le Maire confie la conduite des débats à Dominique ADENOT, Adjoint

Rapport N° 31
PARTICIPATION DE LA VILLE
A LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2012
DESTINEE A PROMOUVOIR LA FREQUENTATION TOURISTIQUE

Alain BARDOT, Olivier BIANCHI, Manuela FERREIRA DE SOUSA, Jérôme GODARD, Chantal MERCIER-COURTY et Didier MULLER ne prennent pas part au vote.

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

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

La contribution de la Ville à cette opération a été de 170 000 € en 2009, porté à 204 000 € en 2010 et 2011 par la prise en charge des frais de gestion. Son financement est assuré par la mobilisation du produit de la taxe de séjour conformément aux dispositions de l'article L 2333-27 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Le bilan de la campagne de communication 2011 présenté par l'Office de Tourisme et des Congrès le 26 janvier 2012 à la Commission de Suivi de la Taxe de Séjour, présente des résultats tout à fait satisfaisants. Plusieurs axes d'action ont été mis en place (voir document ci-joint) :

- campagne de promotion « tout feu tout flamme » : la mise en ligne d'un produit d'appel à tarif promotionnel (hôtel + Vulcania) a permis d'enregistrer un chiffre d'affaire de 230 000 € TTC. La révision de la communication presse a été engagée. L'analyse des taux de satisfaction est très probante.
- réédition des documents touristiques.
- promotion du WEB : les ventes en ligne ont été développées proposant des formules de séjour variées (forfaits séjours, hébergements secs, séjours à la carte...). Sont également mises en ligne des versions anglaise, allemande et espagnole. La version mobile est disponible depuis décembre 2011.
- promotion à l'international avec l'adhésion de l'Office du Tourisme au Club du Tourisme en Ville qui assure la promotion sur les marchés étrangers. L'Office a également participé au plan de communication pour l'ouverture de la ligne aérienne low cost avec Southampton.

Les représentants des professionnels de l'hôtellerie, de la Chambre de Commerce et d'Industrie et des professionnels de l'hôtellerie ont conforté la qualité de ce bilan. Cependant, ils notent que l'activité « tourisme urbain » fait encore défaut à la Ville. Ce sont bien les séjours de week-end et de vacances scolaires qu'il convient de développer d'autant que la capacité hôtelière le permet.

Compte tenu du bilan de l'année 2011 et de la demande de renouvellement de subvention présentée par l'Office de Tourisme et des Congrès, les représentants de la Chambre de Commerce et d'Industrie et les professionnels de l'hôtellerie, il vous est proposé d'arrêter le principe du financement d'une nouvelle campagne de communication par la Ville.

L'évolution constatée du produit de la taxe de séjour sur 2011 devrait permettre de réaliser un produit de l'ordre de 490 000 € sur l'exercice 2012.

Cette situation permet de répondre favorablement à la proposition de l'Office du Tourisme et des Congrès, de reconduire cette année une nouvelle campagne de promotion touristique pour une somme de 204 000 €

Il vous est également proposé d'allouer au Club des Hôteliers Clermontois, une subvention de 10 000 € pour l'actualisation, l'impression et la diffusion du guide créé en 2007.

Il vous est demandé, en accord avec votre commission, de bien vouloir approuver ces propositions.

DELIBERATION

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

Pour ampliation certifiée conforme.

Fait à Clermont-Ferrand, le 27 février 2012

Pour Le Maire, et par délégation,
L'Adjoint aux Finances,

Alain BARDOT

Bilan plan de communication 2011

① **Le plan média** (cf: annexe 1) d'un montant de 53.607,07 € a favorisé cette année la communication sur internet pour promouvoir la destination Clermont-Ferrand avec un produit d'appel à un tarif promotionnel très attractif de 33 € (hôtel + Vulcania), qui nous a permis de capter l'attention des visiteurs et de générer un chiffre d'affaires de plus de 230.000 € TTC.

La communication presse a été revue avec un nouveau visuel qui a favorisé l'offre commerciale dans le « TV mag » diffusé sur la région Rhône-Alpes avec le quotidien du dimanche avant les vacances de printemps et les ponts du mois de juin, une quatrième de couverture sur le guide des loisirs du Rhône qui a été diffusé pendant tout l'été 2011 et une insertion nationale dans le « Télé 7 jours » avant les vacances de Toussaint.

a) **Bilan des réservations du « Tout feu, tout flamme » :**

Avec la vente en ligne du séjour « Tout feu, tout flamme », 5.554 nuitées ont ainsi été réalisées avec 26 hôtels partenaires. (voir annexe 2)

b) **Taux de satisfaction (annexe 3)**

L'analyse des fiches de satisfaction des clients fait apparaître un excellent taux de satisfaction.

+ de 90 % de « très satisfait » ou « satisfait » par l'accueil à l'Office de Tourisme, l'accueil hôtelier et l'accueil à Vulcania. 64 % des personnes se déclarent intéressées par d'autres séjours à Clermont-Ferrand avec des thématiques nature, détente ou culturelle.

② **Animation, développement du site, promotion web**

Le recrutement d'une animatrice web en remplacement de l'une des deux secrétaires partie à la retraite a permis de développer la commercialisation et l'animation sur le site internet de l'Office.

✓ Les ventes en ligne ont été développées avec l'acquisition de la nouvelle licence d'Ingénie. Désormais, forfaits séjours, hébergement sec et ventes de séjours à la carte avec au choix une visite guidée, la visite d'un musée municipal ou de l'Aventure Michelin, une entrée à Royatonic, sont proposés sur le site. Ces offres doivent s'étoffer en 2012.

Office de Tourisme et des Congrès

Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33 (0)4 73 98 65 00 • Fax +33 (0)4 73 98 64 98
tourisme@clermont-fd.com

Association loi 1901 - APE : 9499Z - N° SIRET 539 185 225 000 28 - Autorisation préfectorale n° AU 063 98 0001

www.clermont-fd.com

✓ Après la version anglaise, une version allemande et une version espagnole du site ont été mises en ligne.

✓ La version mobile du site a été mise en ligne courant décembre 2011.

③ Promotion à l'internationale avec le Club du Tourisme en Ville d'Atout France

L'Office de Tourisme de Clermont-Ferrand a rejoint le Club du Tourisme en Ville pour une promotion sur les marchés étrangers avec 25 autres grandes villes françaises adhérentes de ce Club.

Des actions ciblées ont été engagées principalement sur les marchés de proximité (Allemagne, Espagne, Benelux...), et plus lointains (Asie et Etats-Unis). Elles consistent notamment en des opérations sur le net avec des campagnes de bannières ou vidéo, des blogs, des campagnes de référencement, des accueils presses, des newsletters aux professionnels ou des achats d'espace dans la presse étrangère.

④ Participation à la campagne sur le marché anglais avec le CRDTA pour l'ouverture de la ligne Southampton

Avec l'ouverture de la ligne aérienne Low Coast avec Southampton par la Compagnie Flybe, l'Office de Tourisme s'est associé à la campagne de communication mise en place par le CRDTA pour promouvoir cette ligne auprès des anglais.

Le budget du CRDTA pour ce plan de communication était de 50.000 €. La participation de l'Office de Tourisme s'est élevée à 4.000 €.

Le plan de communication intégrait des créations de bannières web spécifiques et des achats d'espaces sur divers sites internet anglais, de l'affichage à l'aéroport de Southampton, la participation à un salon grand public et à une rencontre « Cheese and wine » à Londres, des envois de communiqués de presse, l'accueil du vol inaugural, un voyage presse à Clermont-Ferrand, une newsletter aux professionnels et une rencontre presse à Londres.

⑤ Nouvelle identité visuelle, nouvel accueil téléphonique

En 2011, l'Office de Tourisme a également changé son identité visuelle qu'il décline désormais sur l'ensemble de ses supports de communication au fur et à mesure qu'il les réédite.

Avec l'installation du nouvel équipement de téléphonie rattaché à l'autocommutateur central de la Mairie, l'Office de Tourisme a fait réaliser de nouveaux messages pour le pré-décroché, l'attente téléphonique et le répondeur sur la musique du groupe clermontois *Cocoon*.

Office de Tourisme et des Congrès

Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33 (0)4 73 98 65 00 • Fax +33 (0)4 73 98 64 98
tourisme@clermont-fd.com

Association loi 1901 - APE : 9499Z - N° SIRET 339 185 225 000 28 - Autorisation préfectorale n° AJI 063 98 0001

www.clermont-fd.com

© Editions et diffusions de l'Office de Tourisme

En 2011, l'Office de Tourisme a réédité ses documents touristiques. Ils sont tenus à disposition à la Maison du Tourisme, adressés par courrier aux futurs visiteurs ou bien diffusés sur les lieux de congrès, salons ou manifestations auxquels participe l'Office.

- « Ville avec vues » réédité en trois langues (français, anglais et allemand),
- le plan des rues,
- le « Guide des hôtels » et le « Guide des restaurants »,
- « Parcours dans la ville » en complément de la visite des parcours piétons,
- les trois programmes annuels des visites guidées,
- la pochette et la documentation de présentation de Clermont-Ferrand bilingue.

4042 envois ont été réalisés sur l'année avec ces documents.

⊗ Autres actions de promotion

a) Promotion visites et séjours groupes

L'Office de Tourisme a réédité son catalogue groupe avec des circuits séjours au départ de Clermont-Ferrand (1000 exemplaires) diffusés auprès des contacts de notre fichier lors du rendez-vous annuel des Professionnels du Tourisme en octobre 2011 « Le Monde à Paris » sur un stand partagé avec l'Aventure Michelin. Un e-mailing a également été réalisé sur le fichier des autocaristes et agences de voyage pour leur proposer notre catalogue.

b) Accueil presse / encart annuaire

Près de vingt accueils presse ont été réalisés, parfois en partenariat avec le CRDTA, en 2011. Ces accueils ont favorisé la rédaction d'articles parus ou à paraître dans des supports tels que « l'Express », le « Fémina » dans la rubrique « Évasion : 48 h à Clermont-Ferrand », la Stampa « spécial Clermont », « Le Figaro madame pocket », sur le site www.toutpourlesfemmes.com et une émission sur la BBC. Une publicité a été prise dans les pages jaunes de l'annuaire de France Télécom.

c) Cotisations, représentations et déplacements

L'Office adhère aux différents organismes : ADDT, CRDTA, Auvergne Congrès, Conférence Permanente du Tourisme Urbain pour participer aux réflexions et actions de communication conduites en commun avec ces différents organismes.

L'Office a été présent avec son stand au dernier Congrès National des Offices de Tourisme de France à la Rochelle en octobre 2011 pour représenter la ville de Clermont-Ferrand qui a été retenue pour la tenue du prochain congrès en octobre 2013.

Office de Tourisme et des Congrès

Maison du Tourisme
Place de la Victoire
63000 Clermont-Ferrand
Tél. +33 (0)4 73 98 65 00 • Fax +33 (0)4 73 98 64 98
tourisme@clermont-fd.com

Association loi 1901 - APE : 9499Z - N° SIRET 339 185 225 000 28 - Autorisation préfectorale n° AU 063 98 0001

www.clermont-fd.com

BUDGET DE COMMUNICATION 2011

	Montant TTC estimatif
Campagne de Promotion « Tout feu, tout flamme »	53.620
- édition et diffusion, tirés à part	4.250
- achat de mots clef et d'espaces sur internet	22.000
- insertion presse	26.420
- commercialisation (numéro vert, paiement en ligne...)	950
Animation, développement site / promotion web	33.000
- acquisition logiciel Ingénierie	13.750
- contrats site internet (Médianet, Océane et Ingénierie)	7.580
- sites version allemand et espagnol	6.320
- version mobile du site	5350
Promotion sur les marchés étrangers	10.000
Campagne ouverture ligne Southampton avec CRDTA	4.000
Nouvelle identité visuelle et nouvel accueil téléphonique	4.100
Editions OT & diffusion	65.000
- réactualisations et éditions	54.000
- diffusion	11.000
Autres actions de promotion	13.500
- accueil presse française et étrangère	1.700
- publicité	1.000
- déplacements et représentations sur salons	5.000
- cotisations	5.800
TOTAL	183.220

au 2/10/2011

Plan Média « Tout feu, tout Flamme » 2011

	<i>Actions / Supports / Diffusion</i>	<i>Période</i>	<i>Coût</i>
PRESSE / ECRIT	- Édition d'un tiré à part à 20.000 ex avec nouvelle illustration		2 159,98 €
	- Diffusion par Touring Info Service sur 52 sites touristiques Allier + Haute-Loire + Loire		2.081,04 €
INTERNET	- Insertion Presse		
	✓ TV Mag Rhône sur couverture Le Progrès	17 avril	
	✓ TV Mag Isère Sud	17 avril / 29 mai	
	1 page / avec Le Dauphiné	24 avril / 15 mai	26.420 €
	✓ TV Mag Isère Nord		
	1 page / avec le Dauphiné		
✓ 4 ^{ème} de couverture Rhône			
Guide été			
✓ Insertion Guide restaurants + guide hôtels OT			
✓ Télé 7 jours ½ page le 17/10/2011			
COMMERCIALISATION	Achat de mots clefs et d'espaces média		22.000,00 €
	⇒ Google, Yahoo, Bing ⇒ sites affiliés ⇒ création de bannières et d'une page de réception pour présentation Package		
	Commercialisation Numéro Vert – paiement en ligne		946,05 €
TOTAL			53.607,07 €

Statistiques des réservations de forfait Tout feu tout flamme 2011 (au 10 novembre 2011)

Mois	Options sans suite	Annulation	Réservation	cat. A	cat. B	cat. C	cat. D	cat. E	Adultes	Enfants 6-16ans	Enfants -6ans	Nbre de nuitées personne
Avril *	0	0	42	1	6	8	16	11	83	58	5	190
Mai	1	0	28	3	3	2	8	12	51	33	3	99
Juin	1	0	96	18	18	24	21	15	197	93	17	417
Juillet	1	3	355	58	41	100	80	76	713	464	73	1623
Août	8	1	533	124	58	142	129	81	1059	641	123	2441
Septembre	0	1	20	3	4	5	5	3	41	12	2	75
Octobre	0	1	140	25	21	37	24	33	279	201	28	659
Novembre	0	0	20	3	5	3	6	3	24	12	1	50
TOTAL	11	6	1234	235	156	321	289	234	2447	1514	252	5564

* à partir du 8 avril

Mode de contact	
par internet	664
par téléphone	569
au comptoir	6
par mail	1

Nombre de dossiers 2 nuits : 467
 Nombre de dossiers à moins de 7 jours : 256
 Nombre de dossiers à moins de 3 jours : 202

Prestations supplémentaires	
Aventure Michelin	53
Visites guidées	23
Musées	3
Centre thermoludique Royatonic	16
TOTAL	95

Origine géographique des visiteurs :

Rhône-Alpes : 30%
 Ile de France : 11,5%
 PACA : 7,6%

*chiffres au 10 octobre 2011

Bilan des réservations de séjour "Tout feu tout flamme" - Avril à Novembre 2011

Mois	Réservation		
	2009	2010	2011
Avril	107	75	42
Mai	196	77	28
Juin	45	52	96
Juillet	129	144	355
Aout	226	183	534
Septembre	50	18	21
Octobre	97	17	140
Novembre	27	9	20
TOTAL	877	575	1236

**Résultat du Questionnaire de satisfaction
« Tout feu Tout flamme » 2011**

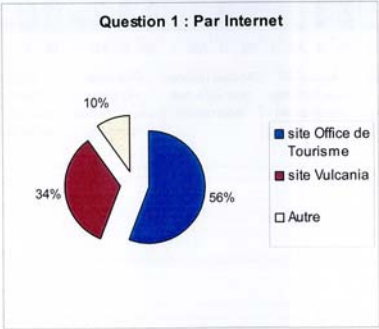
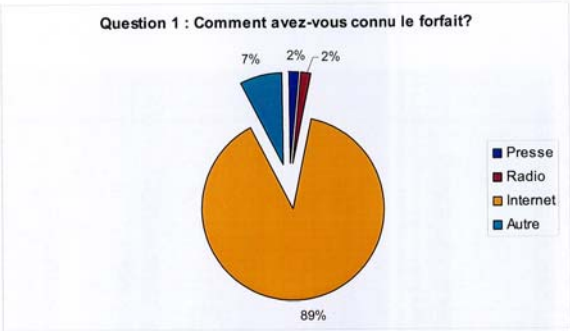
Période : Avril au Novembre 2011

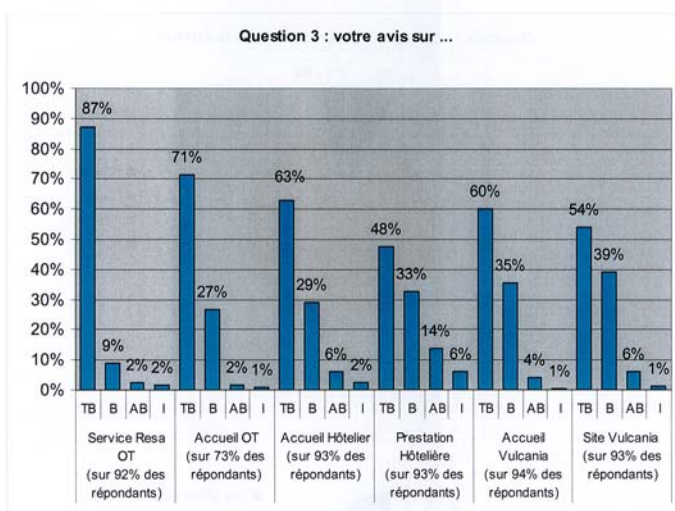
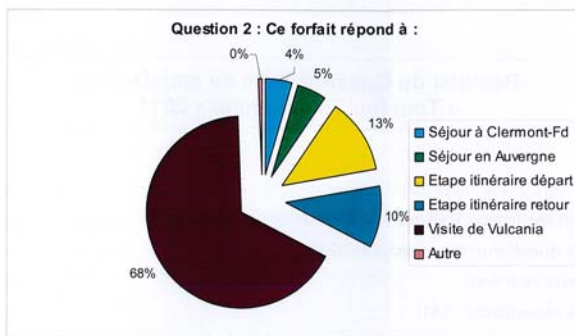
Cible : client des forfaits Tout feu Tout flamme

Nombre de questionnaires envoyés : 1236

Mode d'envoi : par mail

Nombre de répondants : 181





Question 4 : Seriez-vous intéressé par d'autres séjours à Clermont-Ferrand ?



Question 4 : Si oui, de quel type ?

