EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL

SEANCE DU **24 avril 2015 à 18 h 00**

AUJOURD'HUI **vingt quatre avril deux mille quinze**

LE CONSEIL MUNICIPAL de la Ville de Clermont-Ferrand, convoqué par Monsieur le Maire le 17 avril 2015, s'est réuni dans la salle ordinaire des séances.

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

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

Olivier BIANCHI, Maire, présidant la séance

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

Madame Isabelle PADOVANI et Monsieur Antoine RECHAGNEUX quittent la séance avant le vote de la question n°5 sans laisser de pouvoir.
Monsieur Jérôme GODARD donne pouvoir à Monsieur Jérôme AUSLENDER et quitte la séance avant le vote de la question n°52.

Rapport N° 34

PARTICIPATION DE LA VILLE A LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION 2015 DESTINEE A PROMOUVOIR LA FREQUENTATION TOURISTIQUE

Manuela FERREIRA DE SOUSA, Jérôme AUSLENDER, Nicole PRIEUX, Marion CANALES, Alparslan COSKUN, 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, portée à 204 000 € depuis 2010, par la prise en charge des frais de gestion. Son financement est assuré par la mobilisation du produit de la taxe de séjour conformément aux dispositions de l'article L 2333-27 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Le bilan de la campagne de communication 2014 communiqué par l'Office de Tourisme et des Congrès, présente des résultats tout à fait satisfaisants. Plusieurs axes d'action ont été mis en place (voir document ci-joint) :

- Campagne de promotion vers tous les publics : quatre actions ont été menées sous forme de séjours packagés en association avec les établissements hôteliers :
  - Tout feu, tout flamme : associe des nuitées / petits déjeuners avec des billets pour le train panoramique du puy de Dôme, Vulcania, l'Aventure Michelin ;
  - Clermont Shopping : associe une nuitée / petits déjeuners avec deux entrées à la foire de Cournon ;
  - Clermont Passion : présente une offre de séjours en relation avec le Centre Lyrique (trois spectacles au choix) ;
  - Clermont Pass : donne accès pendant 72 heures à divers musées, Royatonic, Aventure Michelin.

- Développement de la stratégie numérique tendant à améliorer le référencement du site de l'Office de Tourisme et des Congrès, développer l'animation de la page Facebook de « Clermont-Tourisme » ainsi qu'un site en langue anglaise,

- Promotion de la destination à l'étranger par la mutualisation des moyens avec 25 grandes villes françaises en partenariat avec Atout France, éditions documentaires en portugais, japonais, chinois pour la manifestation « Rendez-vous en France », ainsi que le développement des accueils ciblant la presse étrangère en relation avec le Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne(CRDTA)

- Promotion des séjours et visites guidées et de l'espace Art Roman par la participation à l'organisation des rencontres « Rendez-vous en France » et au salon MAP PRO à destination des tours opérateurs, agences de voyages et autocaristes français,

- Valorisation de l'accueil et de la qualité des prestations de services avec notamment le renouvellement de la certification de la norme AFNOR.

- Promotion du tourisme d'affaire : un nouveau site dédié aux congrès a été créé et l'Office du Tourisme et des Congrès a participé à des salons organisés par GL Events

Compte tenu du bilan de l'année 2014 et de la demande de renouvellement de subvention présentée par l'Office de Tourisme et des Congrès, il vous est proposé d'arrêter le principe du financement d'une nouvelle campagne de communication, et d'autoriser Monsieur le maire à signer le projet de convention ci-joint.

Le financement apporté par la Ville sera reconduit à hauteur 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. Cette subvention est stable de 2014 à 2015.

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

DELIBERATION

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

Pour ampliation certifiée conforme.

Fait à Clermont-Ferrand, le 30 avril 2015
Pour le Maire et par délégation,
L'Adjointe aux Finances,

Françoise NOUHEN

CONVENTION

Entre

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

Représentée par **Monsieur Olivier BIANCHI**, Maire, spécialement habilité aux fins des présentes en vertu d'une délibération du Conseil Municipal en date du 4 avril 2014,

Ci-après désigné **« la Ville** ».

Et

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

Représenté par Monsieur Frédéric PILAUD, Président,

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

Il est convenu ce qui suit en application de la délibération du 2015, reçue en Préfecture le

Préambule :

Après voir fait le constat du besoin de dynamiser l'activité touristique de fin de semaine, la Ville, l'Office de Tourisme et des Congrès, la Chambre de Commerce et d'Industrie, et les représentants des professionnels de l'hôtellerie, avaient convenu d'une réflexion sur le dispositif adéquat pour corriger cette situation.

Cette réflexion se traduit par la mise en place d'un plan de communication concerté pour promouvoir la destination et favoriser les séjours touristiques.

Par ailleurs les actions doivent être renforcées sur l'accueil des congrès et le tourisme d'affaire. Le maintien d'un site en ligne dédié aux congrès et la participation à des salons devront êtres poursuivis et dynamisés.

La présente convention définit les relations entre la Ville et l'Office de Tourisme et des Congrès pour la mise en oeuvre de ce plan en 2015.

Article 1 :

Dans le cadre de sa compétence générale, et d'une organisation associant étroitement la Chambre de Commerce et d'Industrie, les représentants des professionnels de l'hôtellerie et la Ville, l'Office de Tourisme et des Congrès met en œuvre son plan de communication 2015.

Article 2 :

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

Article 3 :

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

Ce travail sera repris dans le cadre d'une information qui sera présentée au Conseil Municipal à l'issue de la campagne de promotion touristique 2015.

Fait à Clermont-Ferrand,

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

RÉUNION
TAXE DE SÉJOUR

ACTIONS / COMMUNICATION / PROMOTION 2014
OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS
DE CLERMONT-FERRAND

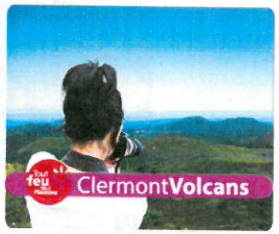
ACTIONS / COMMUNICATION / PROMOTION 2014 / OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS DE CLERMONT-FERRAND

Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 1	**Structurer l'offre touristique locale pour promouvoir la destination**			
	action 1 : Campagne promotion « Tout feu, tout flamme »	Grand public / Familles	3 séjours 1 plan média (campagne web : Google Adwords – bannières – E-mailing + campagne presse)	2 651 nuitées vendues
	action 2 : « ClermontShopping »	Grand public	Séjours en relation avec la Foire de Clermont-Cournon et Clermont Commerce – Promotion web – E-mailing	121 nuitées vendues
	action 3 : « ClermontPassion »	Grand Public	Séjours en relation avec le Centre Lyrique avec 3 spectacles au choix en 2015 – Promotion web E-mailing	
	action 4 : « ClermontPass »	Tous publics	- Passeport valable 72 heures vendu 18 € à l'Office de Tourisme - Promotion sur lieu de vente à l'Office - Diffusion de 20 000 flyers	325 ClermontPass vendus













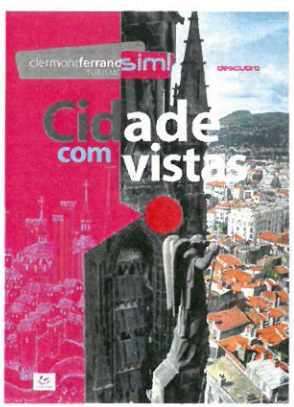
Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 2	**Développer une stratégie numérique**			
	action 1 : Améliorer le référencement des sites et enrichir leurs contenus	Grand public	- Campagne Google (plan média) - Rédaction web - Animation éditoriale - Newsletters pro + grand public	Fin octobre 2014, augmentation de + 20 % de la fréquentation du site avec 323 757 visites
	action 2 : Animation page Facebook « Clermont Tourisme »	Grand public	En relation avec le prestataire « We Like Travel »	- 26 000 fans - 12 482 personnes touchées en moyenne pour chaque post - 3,70 % de taux d'engagement en octobre
	action 3 : Un nouveau site anglais selon charte graphique du site français consultable sur les supports embarqués	Grand public international	Développement avec notre prestataire SCOPIKA	Augmentation de la fréquentation du site anglais + 84 % depuis le 1er juillet à fin octobre
	action 4 : Participation à la création de Mission Cathédrale pour un accueil découverte numérique	Visiteurs OTC	Financement Clermont Communauté application expérimentale	Bilan des questionnaires : Note moyenne de 2,56 sur une échelle de 0 à 3

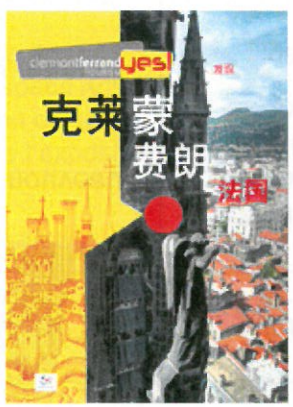






Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 3	**Promotion de la destination à l'étranger / accueil presse**			
	action 1 **:** Adhésion au Cluster Tourisme en Ville et présence sur leurs supports de communication, des marchés étrangers	Public étranger	Mutualisation des moyens avec 25 grandes villes françaises en partenariat avec Atout France pour une promotion sur les pays européens.	Développement du nombre de visiteurs étrangers à l'Office de Tourisme
	action 2 : Edition documentation en portugais, japonais et chinois pour les « Rendez-vous en France »	Visiteurs étrangers Etudiants chinois	Budget édition (cf. : objectif 6)	
	action 3 : Développer les accueils presse en relation avec les partenaires	Presse étrangère	Accueils presse en relation avec le CRDTA	17 accueils presse / Tour-opérateurs étrangers donnant lieu à articles et reportages



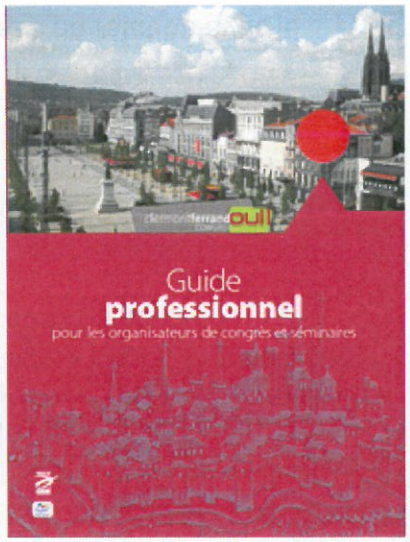






Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 4	**Promotion tourisme d'affaires** ***action 1*** : Création du nouveau site congrès dédié ***action 2*** : Réédition du manuel congrès ***action 3 :*** Participations à 2 salons avec GL Events	Prescripteurs, organisateurs de congrès locaux et nationaux	-Salons – séminaires Business Events Lyon (avril 2014) -Salon Réunir à Paris (septembre 2014)	Nombres de manifestations pour lesquelles le bureau congrès est intervenu en 2014 : 14





Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 5	**Promotion séjours et visites guidées / Espace Art Roman**			
	action 1 : Participation à l'organisation des rencontres « Rendez-vous en France » aux côtés du CRDTA	Tour-opérateurs du monde entier	- Accueil des participants en gare et sur le salon - Une journée presse avec 40 journalistes - Un accueil exposants à la Maison du Tourisme - Une dizaine de visites guidées pour les tour-opérateurs	900 tour-opérateurs au rendez-vous
	action 2 : Participation au salon du MAP PRO à Paris en octobre 2014	Agences de voyages / autocaristes français	Présence sur un stand partagé avec l'Aventure Michelin	
	action 3 : Promotion des visites		- Réactualisation du catalogue des séjours diffusé auprès des professionnels - Annonce presse sur catalogues sorties scolaires de l'ACORA	
	action 4 Mise en place des visites guidées pour l'exposition « Tumulte Gaulois » en relation avec les musées	Visiteurs	Formation des guides conférenciers pour cette exposition avec une visite tous les dimanches (hors 1er dimanche du mois septembre / octobre)	+ de 900 personnes pour 18 visites par musée ainsi que 15 groupes constitués
	action 5 : Mise en place de l'exposition vitrail à l'Espace Art Roman avec la Direction de la Culture et promotion de l'exposition	Visiteurs	Flyers mis à disposition à la Maison du Tourisme et dans les lieux culturels clermontois avec le dépliant de l'Espace Art Roman	Depuis l'inauguration jusqu'au 31 octobre 2014 : 6 276 visiteurs + 17 % par rapport à 2013





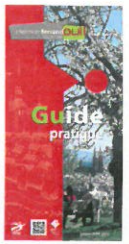


Objectifs / actions 2014		Cibles	Moyens	Critères évaluation
Objectif 6	**Valoriser l'accueil et la qualité des prestations de services**			
	action 1 : Renouvellement certification AFNOR	Visiteurs OT	Formation du personnel / réactualisation du manuel Qualité et des fiches de procédure	Obtention en février 2014
	action 2 : Positionnement en catégorie 1		Montage du dossier de demande soumis au Conseil Municipal de janvier 2014	Décision préfectorale – février 2014
	action 3 : Développement de la boutique de l'Office		Formation + aménagement boutique	CA boutique au 31 octobre 2014 : 31 997 € HT Augmentation de 90 % sur l'année et CA x 2,5 % depuis l'ouverture de la boutique
	action 4 : Réactualisation, réédition et diffusions de la documentation	Visiteurs + Prospects		Attractivité des brochures









BUDGET DE COMMUNICATION 2014

		Montant TTC
Campagne de Promotion « Tout feu, tout flamme » - Plan média a »Tout feu, tout flamme » - nouveau visuel - communication internet - communication presse		**62 351 €**
Mise en œuvre du ClermontPass - Création du visuel, du passeport et du flyer - Promotion - Distribution		**11 540 €**
Animation / développement site / promotion web - Maintenance / redevance/ animation / référencement du site - Développement réseaux sociaux (animation page Facebook et achat Facebook Ads) - Site anglais - Progiciel Ingenie nouvelle version		**27 369 €**
Promotion sur les marchés étrangers - Adhésion cluster Tourisme en Ville - Vidéo reportage en néerlandais		**11 880 €**
Accueil presse Dont accueil Rendez-vous en France à Clermont-Ferrand		**4 772 €**

16/02/2015

Promotion congrès - Participation au salon Réunir à Paris et SBE à Lyon - Réédition manuel congrès - Site congrès (+ 5000€ engagés en 2013)		**4 474 €**
Promotion groupes - Insertion guide « sorties régionales » ACORA (papier + Internet) - Participation au salon Rendez-vous en France + MAP Pro - Réactualisation catalogue		**6 120 €**
Editions OT & diffusion - Réactualisations - Editions - Diffusion		**43 618 €**
Autres actions de promotion - Autres publicité (pages jaunes) - Déplacements et représentations, réceptions - Cotisations - Téléphone (25 % de la facture globale) et SACEM - Affranchissement (70 % de la facture globale) - Marque Qualité AFNOR		**1 567 €** **5 664 €** **6 948 €** **1 062 €** **7 287 €** **2 901 €**
TOTAL		**197 553 €**
Fonds dédiés boutique		**31 944 €**
TOTAL		**229 497 €**

PLAN MÉDIA 2014 - séjours Tout feu, tout flamme®

	TTC
Création Communication Tout feu, tout flamme® • nouveaux blocs-marques, conception flyers et annonces presse	**1572 €**
Impression • Flyers Tout feu, tout flamme® : 15.000 exemplaires	**453, 60 €**
Diffusion • Tout feu, tout flamme® - réseau hôtels agglo – mai / juin par la société Touring info services	**720 €**
Internet Tout feu, tout flamme® • Réalisation kits bannières • Campagne Google Adwords - début avril / fin octobre • Campagne emailing 48.000 adresses – fin mars, vacances printemps, ponts et été 4 envois avec repasses globales géo ciblage départ à plus de 2 heures et moins de 4 heures de Clermont-Ferrand	**27408 €**
• Achat espace Mappy.fr : avril à octobre (itinéraires toutes destinations 63) • Achat espace Lachainemeteo.com : juin / juillet / août requêtes 63 hors IP/63/03/15/43 • Achat pack tourisme : avril à juin (sites affinitaires tourisme – régions PACA + Rhône-Alpes en priorité)	**15.338 €**

- Annonces presse Tout feu, tout flamme® • Grain de Sel - mensuel urbain des familles Lyon région - 1 page - avril 45.000 exemplaires – 200.000 lecteurs • Femme actuelle Rhône-Alpes - 1 page - 21 avril 75.378 exemplaires – 459.000 lecteurs • Télé 7 jours Rhône-Alpes – 1 page - 24 avril et 12 mai 126.891 exemplaires – 543.000 lecteurs • Paris Match Rhône-Alpes – ½ page - 19 et 26 juin 128.690 exemplaires- 578.000 lecteurs • Elle Rhône-Alpes – ½ page - 2 et 9 mai 71.654 exemplaires- 341.000 lecteurs • Elle « été » spécial week-end à moins de 3 heures de Lyon – 27 juin 34.680 exemplaires- 228.000 lecteurs	**16860 €**
TOTAL	**62.351,60 €**

BILAN VENTE EN LIGNE
Année 2014

1. Réservations de séjours packagés
   a. Les séjours Tout Feu Tout Flamme



Séjour valable du 19 mars au 11 novembre 2014
27 établissements hôteliers
250 dossiers
1194 nuitées
891 personnes

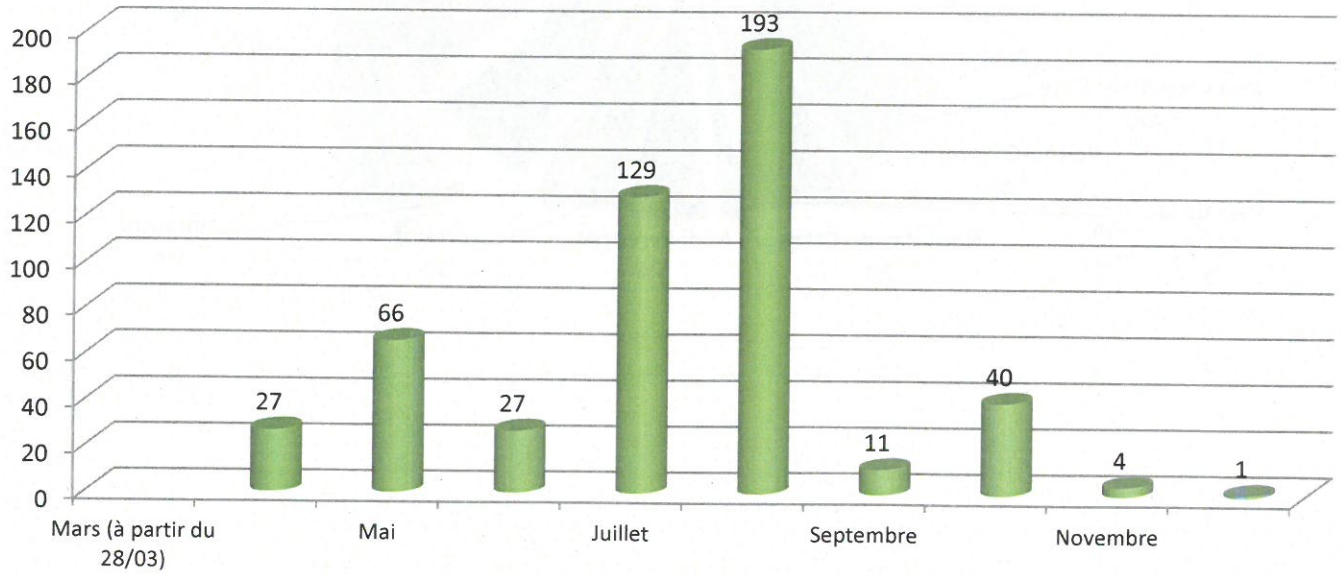


Séjour valable du 19 mars au 11 novembre 2014
27 établissements hôteliers
195 dossiers
1257 nuitées
596 personnes

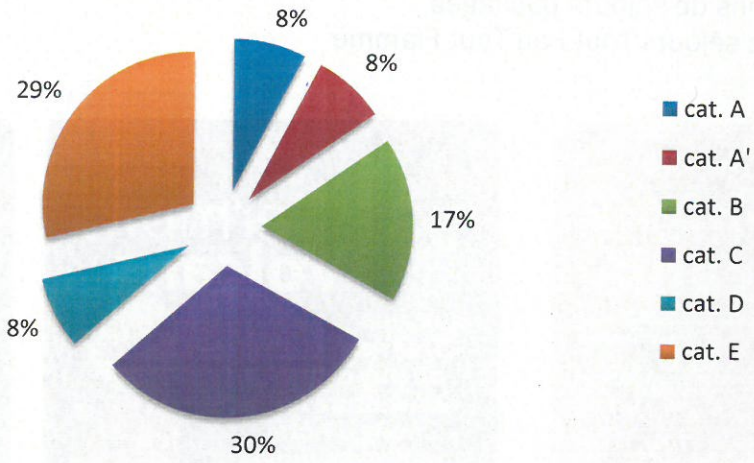


Séjour valable du 19 mars au 31 décembre 2014
27 établissements hôteliers
53 dossiers
200 nuitées
157 personnes

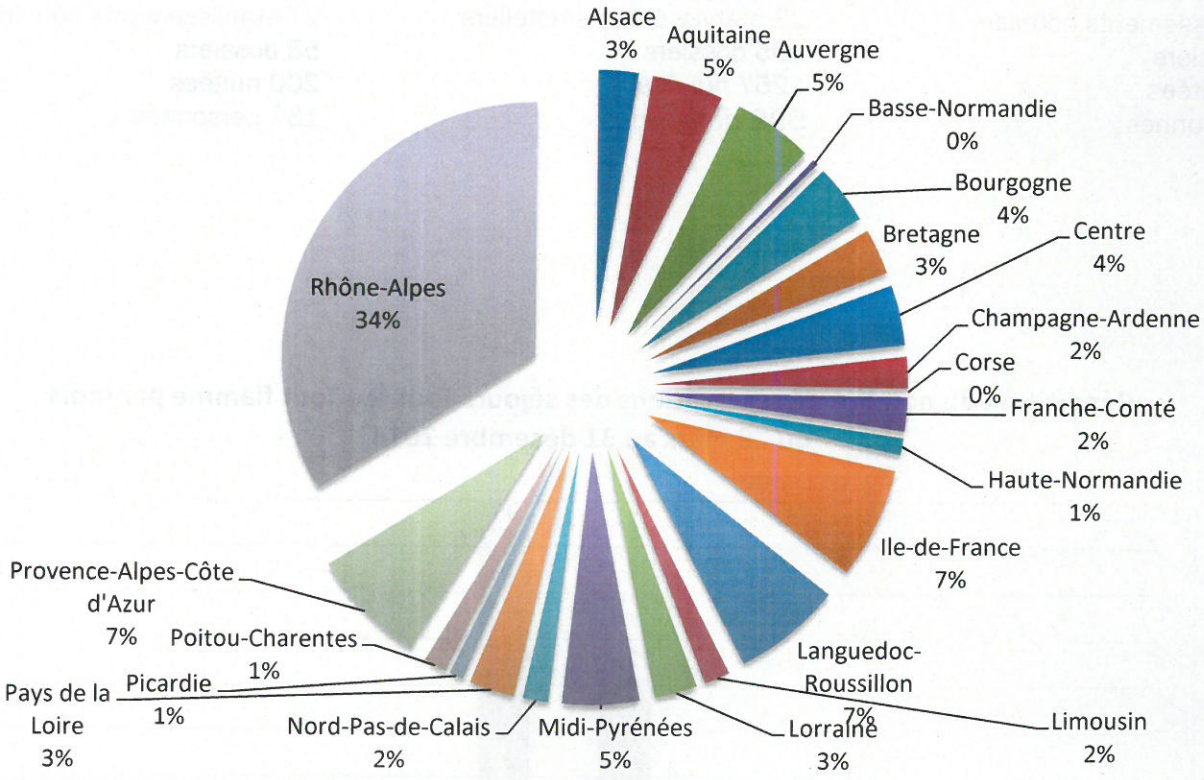
Répartition du nombre de réservations des séjours Tout feu Tout flamme par mois du 28 mars au 31 décembre 2014



Répartition des réservations de forfaits Tout feu Tout flamme par catégorie d'hébergement



Origine géographique des clients Séjours - Année 2014



b. Le séjour Clermont Shopping



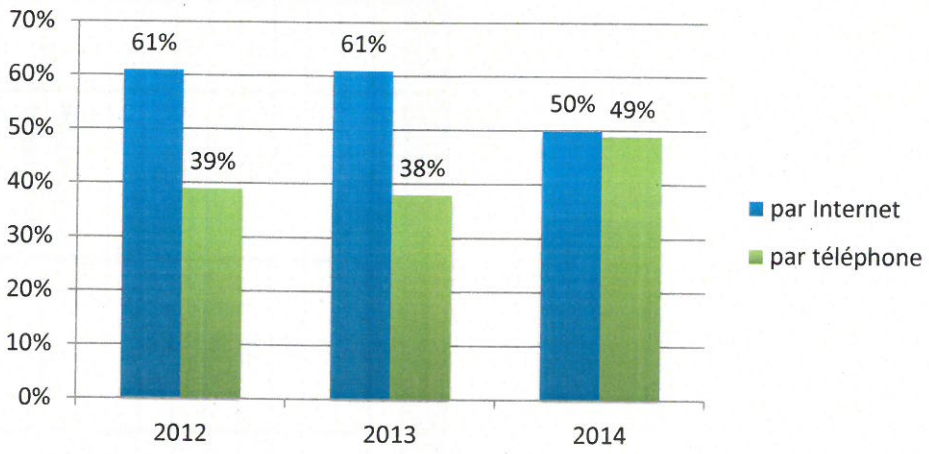
Séjour valable les 2 weekends de la Foire de Clermont-Cournon
7 établissements hôteliers
15 dossiers
30 nuitées
30 personnes



Séjour valable les 3 premiers weekends de décembre 2014
5 établissements hôteliers
36 dossiers
91 nuitées
91 personnes

c. Comportement / évolution des réservations de séjours

Répartition des réservations de séjours par Internet et par téléphone de 2012 à 2014



Bilan 2014 - Séjours
Clermont Vulcania

Mois	Dossiers	Annulation ou no-show	cat. A	cat. A'	cat. B	cat. C	cat. D	cat. E	Adulte	Enfants	Total Nuitées
Mars *(à partir du 28/03)*											
Avril	16	6			4	7	2	3	32	22	73
Mai	33	3	2	3	3	7	1	17	71	43	153
Juin	12	4	1	1	3	2		5	26	15	48
Juillet	65	12	7	4	9	14	5	21	132	100	316
Aout	93	13	12	5	20	29	6	26	186	155	448
Septembre	6				1	2	1	2	12	4	29
Octobre	24		2	0	7	9	2	4	46	43	123
Novembre *(du 1er au 11/11)*	1		1						2	2	4
TOTAL	**250**	38	**25**	**13**	**47**	**70**	**17**	**78**	507	384	**1194**

Maj : 12/02/2015

Bilan 2014 - Séjours
Clermont Volcans

Mois	Dossiers	Annulation ou no-show	cat. A	cat. A'	cat. B	cat. C	cat. D	cat. E	Adultes	Enfants	Total Nuitées
Mars *(à partir du 28/03)*											
Avril	10	4		1	1	5	1	2	19	12	62
Mai	26	9		2	6	11	1	6	49	33	164
Juin	9	1	1		2	4	1	1	15	7	44
Juillet	51	8	3	3	6	20	6	14	96	63	358
Aout	81	32	4	9	17	19	5	26	162	81	511
Septembre	4					3		1	12		24
Octobre	13		1	1	3	7	1		23	21	88
Novembre *(du 1er au 11/11)*	1			1					2	1	6
TOTAL	**195**	54	**9**	**17**	**35**	**69**	**15**	**50**	378	218	**1257**

Maj :12/02/2015

Bilan 2014 - Sejours
Clermont Aventure

Mois	Dossiers	Annulation ou no-show	cat. A	cat. A'	cat. B	cat. C	cat. D	cat. E	Adultes	Enfants	Total Nuitées
Mars *(à partir du 28/03)*											
Avril	1	1				1			2	1	3
Mai	7	1	1	1		1	1	3	14		20
Juin	6				1	3	1	1	12	2	14
Juillet	13	3	1	2	1	5	1	3	24	14	57
Aout	19	2	2	4	1	6	2	4	38	21	83
Septembre	1					1			2		4
Octobre	3			1				2	8	3	11
Novembre	2				1		1		4		6
Décembre	1					1			2		2
TOTAL	**53**	7	**4**	**8**	**4**	**18**	**6**	**13**	106	41	**200**

Maj :12/02/2015

Bilan 2014 - Séjours
Clermont Shopping

Mois	Dossiers	Annulation ou no-show	Adultes	Enfants	Total Nuitées
Foire de Clermont*	15		30		30
Spécial Noël**	36		74	17	91
TOTAL	**51**	0	104	17	**121**

** 6/7 et 13/14 septembre 2014*
*** 6/7, 13/14, 20/21 décembre 2014*

Maj : 12/02/2015

Répartition mensuelle des réservations par nombre de dossiers et nuitées

Clermont Volcans, Clermont Aventure, Clermont Vulcania

Mois	Dossiers	Nuitées
Mars *(à partir du 28/03)*		
Avril	27	138
Mai	66	337
Juin	27	106
Juillet	129	731
Aout	193	1042
Septembre	11	57
Octobre	40	222
Novembre	4	16
Décembre	1	2
TOTAL	**498**	**2651**

Clermont Shopping

Mois	Dossiers	Nuitées
Septembre	15	30
Décembre	36	91
TOTAL	**51**	**121**

Répartition des réservations par catégorie d'hébergement

	cat. A	cat. A'	cat. B	cat. C	cat. D	cat. E
Clermont Vulcania	25	13	47	70	17	78
Clermont Volcans	9	17	35	69	15	50
Clermont Aventure	4	8	4	18	6	13
TOTAUX	**38**	**38**	**86**	**157**	**38**	**141**

Mode de contact	Nb dossiers	%
par Internet	**275**	**50%**
par téléphone	**267**	**49%**
au comptoir	**4**	**1%**
par mail	**0**	**0%**

Maj : 12/02/2015

LES BONS PLANS
à Clermont-Ferrand
Séjours

Tout feu tout Flamme





à partir de **31€** par personne*

Clermont**Aventure**





à partir de **37€** par personne*

Clermont**Vulcania**





à partir de **68€** par personne*

Clermont**Volcans**

Réservez en ligne
sejours.clermont-fd.com

Réservez auprès des conseillers en séjour de l'Office de Tourisme

N° Vert 0 800 800 380

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE



Escapade dans la capitale de l'Auvergne, découverte de son patrimoine, dont la majestueuse cathédrale en pierre de lave, la basilique romane, inscrite au patrimoine mondial de l'Unesco, les hôtels particuliers, les fontaines et les musées.

ClermontAventure

à partir de 31€ par personne*

Tout feu tout Flamme

1 nuit d'hôtel + petit-déjeuner
+ visite de L'Aventure Michelin
+ voyage en train panoramique pour le sommet du puy de Dôme

ClermontVulcania

à partir de 37€ par personne*

Tout feu tout Flamme

1 nuit d'hôtel + petit-déjeuner
+ entrée à Vulcania

ClermontVolcans

à partir de 68€ par personne*

Tout feu tout Flamme

2 nuits d'hôtel + petits-déjeuners
+ visite de L'Aventure Michelin
+ voyage en train panoramique pour le sommet du puy de Dôme
+ entrée à Vulcania

+ 1 visite guidée de la ville offerte en juillet-août*

Vulcania — Panoramique des Dômes — l'aventure Michelin — Ville de Clermont Ferrand — clermontferrandoui! Tourisme

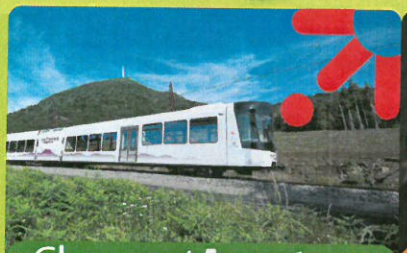
*Conditions particulières de vente : tarif moyen par personne calculé pour deux adultes et deux enfants en chambre quadruple, hors taxe de séjour et frais de dossier. Valable les week-ends et pendant les vacances scolaires, dans la limite des disponibilités hôtelières et selon l'ouverture des sites. Visites guidées de ville (hors expositions dans les musées), selon la programmation de l'Office. Conditions de vente disponibles sur **www.clermont-fd.com** ou par courrier. **Offre commercialisée par l'Office de Tourisme et des Congrès de Clermont-Ferrand. IM 063 120 012.**

© : L'Aventure Michelin/Michelin. Vulcania/Jérôme Chabanne. Ville de Clermont/Service Communication/Danyel Massacrier. SNC-Lavalin/TC Dôme/Gérard Fayet. Le Studio Photo. Fotolia - Conception, réalisation : viceversa-clermont.fr

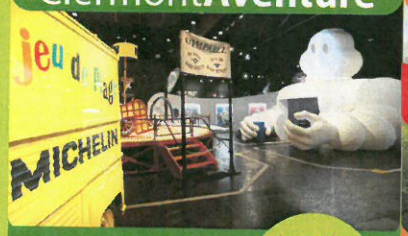
OT CLERMONT Télé7jours 202x256_Mise en page 1 04/04/14 11:12 Page1

LES BONS PLANS
à Clermont-Ferrand
Séjours

Tout feu tout Flamme



ClermontAventure



1 nuit d'hôtel
+ petit-déjeuner
+ visite de L'Aventure Michelin
+ train panoramique pour le sommet du puy de Dôme

à partir de* 31€ par personne

Tout feu tout Flamme

+ Visite guidée de la ville offerte en juillet-août



ClermontVulcania

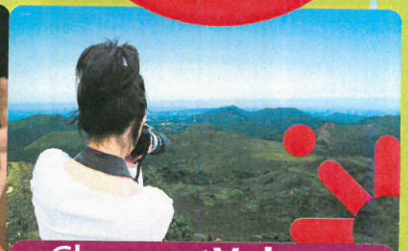


1 nuit d'hôtel
+ petit-déjeuner
+ entrée à Vulcania

à partir de* 37€ par personne

Tout feu tout Flamme

+ Visite guidée de la ville offerte en juillet-août



ClermontVolcans



2 nuits d'hôtel
+ petits-déjeuners
+ entrée à Vulcania
+ train panoramique pour le sommet du puy de Dôme
+ visite de L'Aventure Michelin

à partir de* 68€ par personne

Tout feu tout Flamme

+ Visite guidée de la ville offerte en juillet-août

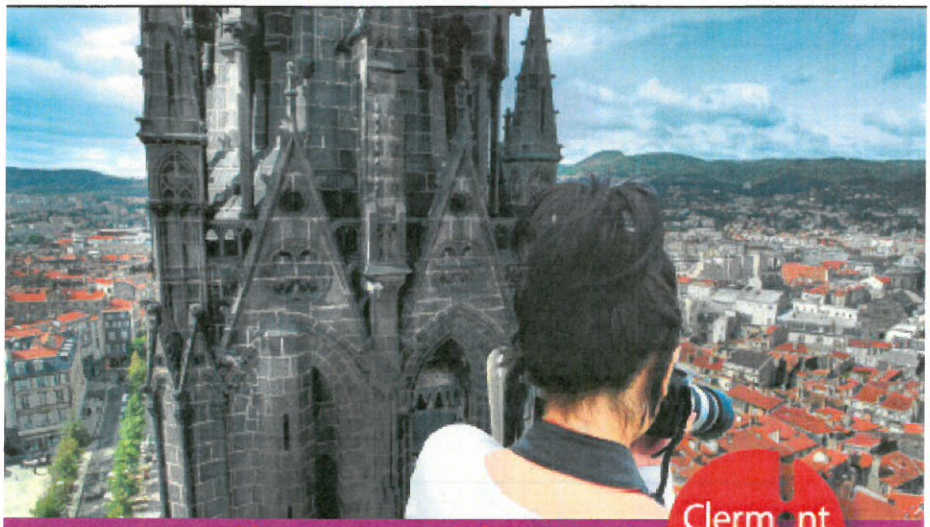
Réservez en ligne
sejours.clermont-fd.com

Réservez auprès des conseillers en séjour de l'Office de Tourisme
N° Vert 0 800 800 380
APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

*Conditions particulières de vente : tarif moyen par personne calculé pour deux adultes et deux enfants en chambre quadruple, hors taxe de séjour et frais de dossier. Valable les week-ends et pendant les vacances scolaires, dans la limite des disponibilités hôtelières et selon l'ouverture des sites. Visites guidées de ville (hors expositions dans les musées), selon la programmation de l'Office. Conditions de vente disponibles sur **www.clermont-fd.com** ou par courrier. Offre commercialisée par l'Office de Tourisme et des Congrès de Clermont-Ferrand. IM 063 120 012.

Vulcania · Panoramique des Dômes · l'aventure Michelin

clermontferrandoui! TOURISME



Nouveauté 2014

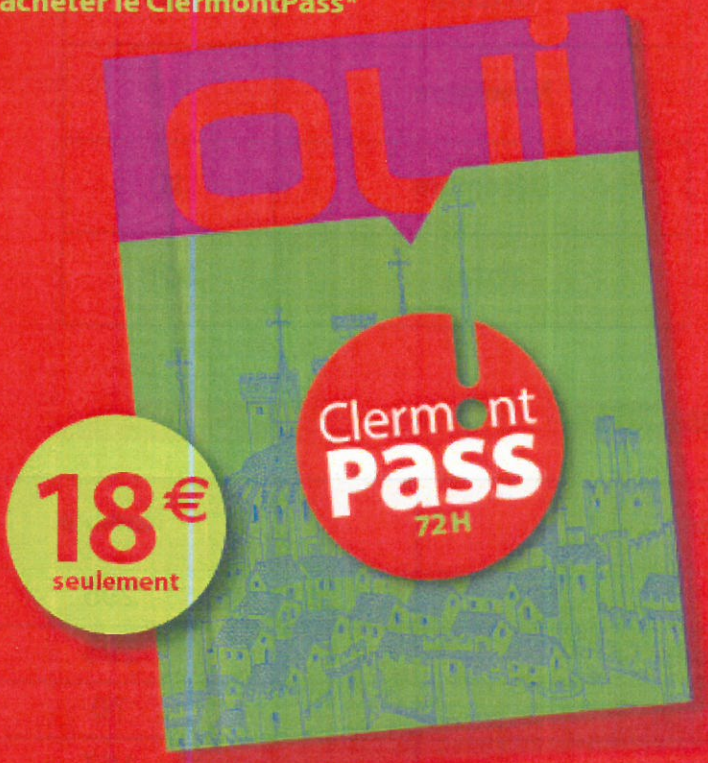
Clermont Pass 72H

Visitez malin en 72h !

Bons plans exclusifs

20 bonnes raisons

d'acheter le ClermontPass*



Visite de L'Aventure Michelin, découverte des musées clermontois, voyage au sommet du puy de Dôme en train panoramique, détente à Royatonic et de nombreuses réductions…

BILAN VENTES MENSUELLES
CLERMONTPASS 2014

Mois	Nombre
Mai	10
Juin	20
Juillet	85
Août	144
Septembre	45
Octobre	9
Novembre	2
Décembre	10
TOTAL	**325**

Entrées ClermontPass 2014

Sites	Nombre
Aventures Michelin	295
Panoramique des Dômes	295
Musée d'Art Roger-Quilliot	70
Musée Bargoin	167
Muséum Lecoq	45
Cinéma / loisirs	20
Commerçants	89