


**Aix en Provence**

VILLE THERMALE ET CLIMATIQUE

Accusé de réception en préfecture
A013-211300017-20120709-21734-DE-1-1_0
Date de signature : 12/07/12
Date de réception : jeudi 12 juillet 2012
 <p>POUR CERTIFICATION DU CARACTÈRE EXÉCUTOIRE: - ACTE SIGNÉ ✓ - COMPTE RENDU AFFICHÉ ✓ - ACTE TRANSMIS POUR L'EXERCICE DU CONTRÔLE DE LEGALITÉ ✓</p>

## EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL DE LA VILLE D'AIX-EN- PROVENCE N°2012.744

Séance publique du

9 juillet 2012

Présidence de Madame Maryse JOISSAINS MASINI,  
Maire d'Aix-en-Provence  
Président de la Communauté du Pays d'Aix

### **OBJET** : OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME- COMPTE ADMINISTRATIF 2011

Le 09/07/12 à 18h00, le Conseil Municipal de la Commune d'Aix-en-Provence s'est réuni en session Ordinaire dans la salle de ses délibérations, à l'Hôtel-de-Ville, sur la convocation qui lui a été adressée par Mme Maryse JOISSAINS-MASINI, Maire le 03/07/2012, conformément aux articles L 2121-10 et L 2121-12 du Code Général des Collectivités Territoriales.

#### **Etaient Présents :**

M. Jacques AGOPIAN, M. Lucien AMBROGIANI, Mme Charlotte BENON, Mme Christine BERNARD, Mme Odile BONTHOUX, M. Helliot BRAMI, M. Gérard BRAMOULLÉ, M. Eric CHEVALIER, M. Jean CHORRO, Mme Chantal DAVENNE, M. Yannick DECARA, M. Gerard DELOCHE, Mme Brigitte DEVESA, Mme Sylvaine DI CARO, M. Laurent DILLINGER, Mme Michelle EINAUDI, Mme Martine FENESTRAZ, M. Robert FOUQUET, M. Alexandre GALLESE, M. Jacques GARCON, M. Gérard GERACI, M. Jean-Christophe GROSSI, M. Hervé GUERRERA, M. André GUINDE, M. François HAMY, Mme Maryse JOISSAINS MASINI, M. Henri MATAS, M. Alexandre MEDVEDOWSKY, Mme Reine MERGER, Mme Arlette OLLIVIER, M. Stéphane PAOLI, M. Jean-Marc PERRIN, Mme Liliane PIERRON, Mme Catherine RIVET-JOLIN, Mme Danielle SANTAMARIA, Mme Marie-Pierre SICARD - DESNUELLE, Mme Catherine SILVESTRE, Mme Fleur SKRIVAN, M. Jules SUSINI, M. Francis TAULAN, Mme Françoise TERME, M. Victor TONIN, Mme Marie José VALETA

#### **Excusés avec pouvoir donné conformément aux dispositions de l'article L 2121-20 du Code Général des Collectivités Territoriales:**

Mlle Odile BARBAT-BLANC à Mme Danielle SANTAMARIA, Mme Dahbia BENNOUR à Mme Catherine SILVESTRE, Mme Danièle BRUNET à M. Alexandre GALLESE, M. Maurice CHAZEAU à M. Jean CHORRO, Mme Sophie JOISSAINS à Mme Maryse JOISSAINS MASINI, Mme Michèle JONES à M. Stéphane PAOLI, M. Christian LOUIT à M. Yannick DECARA, Mme Amaria MOHAMMEDI à M. Laurent DILLINGER, M. Christian PEREZ à M. Jean-Marc PERRIN

#### **Excusés sans pouvoir :**

Mme Agnès AMIACH ELBEZ, M. François-Xavier DE PERETTI, Mme Patricia LARNAUDIE

Secrétaire : Yannick DECARA

M. Victor TONIN donne lecture du rapport ci-joint.



09.03

**Aix en Provence**  
VILLE THERMALE ET CLIMATIQUE  
D.G.A.S Qualité de Vie  
Mission Développement  
Touristique et International

RAPPORT POUR  
LE **CONSEIL MUNICIPAL**  
DU 09/07/12

-----

**RAPPORTEUR** : M. Victor TONIN

**Politique Publique** : 09-DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET RAYONNEMENT  
INTERNATIONAL

**OBJET** : OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME- COMPTE ADMINISTRATIF 2011 - Décision du  
Conseil

Mes chers Collègues,

Le compte administratif est la traduction budgétaire de l'activité de l'Office Municipal de Tourisme (OMT) telle qu'elle est décrite dans son bilan d'activités 2011.

Le bilan d'activités a été présenté au Comité de Direction de l'Office Municipal de Tourisme et approuvé par ses membres le 2 février 2012.

Le rapport d'exécution budgétaire a été approuvé quant à lui par le comité de direction le 13 mars 2012. Ces deux documents sont disponibles à la consultation au sein de la Direction des Assemblées et Commissions.

L'Office Municipal de Tourisme est un outil au service des professionnels et des Aixois. Sa structuration en établissement public industriel et commercial garantit la synergie entre décideurs du monde politique et économique. L'Office Municipal de Tourisme, outre les missions qui lui sont dévolues par le Code du Tourisme, est également chargé de la gestion d'équipements municipaux (centre de congrès, salles municipales polyvalentes) et communautaires (boutique librairie du musée Granet).

Je vous propose quelques éléments de bilan global sur le tourisme, ainsi que les principales informations afférentes à l'Office pour 2011, mises en parallèle avec celles de 2010.

### Au plan mondial

Malgré les désastres naturels et les crises ayant touché de nombreux pays, les voyages internationaux ont atteint un niveau record en 2011.

D'après la toute dernière édition du Baromètre réalisé par l'Organisation Mondiale du Tourisme, les recettes du tourisme international ont poursuivi leur redressement après les pertes enregistrées en 2009, qui fut une année de crise.

Pour un secteur directement responsable de 5% du PIB mondial, représentant 6% des exportations totales et employant une personne sur douze dans les économies avancées comme dans les économies émergentes, ce sont des résultats encourageants.

Elles ont atteint des niveaux record dans la plupart des destinations, s'élevant d'après les estimations à 1 030 milliards de dollars (740 milliards d'euros) dans le monde, contre 928 milliards de dollars en 2010 (700 milliards d'euros). En termes réels (corrigés des variations des taux de change et de l'inflation), les recettes du tourisme international ont progressé de 3,8% tandis que les arrivées de touristes internationaux ont augmenté de 4,6% en 2011, atteignant les 982 millions d'arrivées.

Cela confirme la corrélation étroite qui existe entre ces deux indicateurs, sachant que la croissance des recettes a tendance à être légèrement plus faible que celle des arrivées dans les périodes de difficultés économiques. C'est ainsi que la France conserve sa première place en matière d'arrivées de touristes internationaux alors qu'elle ne figure qu'au troisième rang en matière de recettes liées à ce tourisme international.

### Au plan européen

En 2011, 72 % des citoyens de l'Union européenne sont partis en voyage selon les résultats d'une nouvelle enquête Eurobaromètre sur le comportement des Européens vis-à-vis du tourisme. Elle met également en lumière les préférences et les habitudes de voyage des citoyens de l'UE qui ont ainsi davantage privilégié une destination européenne, permettant au secteur du tourisme européen une situation de croissance en 2011.

Les voyages et le tourisme sont bien évidemment identifiés comme étant de puissants moteurs économiques pour la relance européenne – croissance et création d'emplois.

### Au plan régional

Le constat est fait d'un regain de fréquentation des touristes étrangers dans la Région qui explique plus des deux tiers de l'évolution constatée notamment pendant la saison d'été 2011 (mai à septembre), soit +3,4 %.

L'ensemble des départements a contribué à cette évolution, mais de manière contrastée. Les Bouches du Rhône connaissant une progression de + 2,2%.

Les touristes russes ont largement participé à cette hausse de fréquentation, les Allemands, les Suisses et les Britanniques sont également plus présents. À l'inverse, les Italiens, les Espagnols, les Japonais et, dans une moindre mesure, les Américains ont moins séjourné dans la région. Les autres nationalités sont dans l'ensemble davantage représentées.

L'Office Municipal de Tourisme d'Aix en Provence a pris possession de ses nouveaux locaux et met à disposition des professionnels du tourisme, des acteurs locaux, des habitants du territoire et des 500 000 visiteurs qu'il accueille chaque année, 1 000m<sup>2</sup> de surface d'accueil dédiés à une information de qualité résolument tournée sur les technologies modernes et respectueuses de l'environnement.

L'objectif de ce nouvel Office Municipal de Tourisme est de faire de l'espace d'accueil un lieu métaphorique du territoire ; une approche du design pour transcender la rencontre et théâtraliser l'information. Cet espace sera entièrement dédié à la promotion des richesses touristiques et à la mise en marché des professionnels du tourisme. Les nouvelles technologies permettent de développer l'expérience personnalisée, nouvelle demande en matière de consommation touristique.

Les actions de promotion, de commercialisation, de communication et bien sûr d'accueil s'inscrivent dans une démarche qualité exigeante, récompensée depuis 1997 par l'obtention régulière de la certification AFNOR NF services.

### **L'HOTELLERIE AIXOISE :**

Le taux d'occupation de l'hôtellerie (hôtels + résidences de tourisme) est de 68,1% (68,2% pour les hôtels et 67,7% pour les résidences de tourisme). En 2011 le taux d'occupation des hôtels est en hausse de 2% et est en baisse de 8% pour les résidences qui sont le reflet de l'activité économique générale.

Cette stabilisation de la fréquentation se traduit par une stabilité du nombre de nuitées, environ 1 million sur l'année ; le nombre de chambres pris en compte en 2011 est stable ( 3 126 chambres).

L'absence d'exposition de grande ampleur en 2011 et la mauvaise météo n'ont pas impacté la fréquentation du mois de juillet qui est en hausse de près de 3%.

L'apparition du classement 5 étoiles, représentant 74 chambres, permet pour la première année de mesurer la fréquentation de ces établissements haut de gamme, soit 60,8%.

La commune d'Aix en Provence représente encore l'un des bassins touristiques les plus fréquentés du département.

### **L'ACCUEIL – L'INFORMATION – LA RESERVATION :**

La fréquentation à l'accueil de l'Office Municipal de Tourisme est en hausse sur l'ensemble de l'année ; l'OMT totalise près de 165 000 demandes d'information dont 30% d'origine étrangère. Au total, ce sont près de 420 000 personnes qui ont été reçues à l'Office Municipal de Tourisme sur l'année pour sa seule activité d'information. Cela conforte la décision et la volonté de la Ville d'avoir mis en œuvre et finalisé la réalisation du nouvel Office de Tourisme dont les travaux se sont achevés au mois d'octobre. Les services de l'Office s'y sont installés début novembre et le dispositif numérique mis en place sera pleinement opérationnel pour cette nouvelle saison 2012.

40 000 appels téléphoniques reçus et une fréquentation du site internet stable : 2 190 000 visiteurs pour près de 12 millions de pages vues. Cela conforte l'évolution des méthodes de recherche et de consultation de l'information.

Pour la Centrale de Réservation et d'Information le chiffre d'affaires réalisé s'est maintenu. L'activité congrès – importante sur le centre en nombre de manifestations – s'est traduite par une augmentation de 4,7% de l'activité de la centrale. La baisse de la clientèle individuelle est largement due à la multiplicité des sites marchands en matière d'hébergement, comme Booking.com, Expedia.fr, Hotels.com pour ne citer que les plus importants, portails de vente sur lesquels de plus en plus d'hébergeurs aixois se positionnent à des tarifs plus attractifs que sur la centrale de réservation. Concernant la gestion hébergement congrès le chiffre d'affaires réalisé au profit des professionnels aixois est supérieur de 20% à celui de 2010.

## **LA COMMUNICATION – LES EDITIONS – LES PROMOTIONS :**

Un budget de 240 000 € annuel est destiné aux seules éditions.

La stratégie, les outils de communication ainsi que l'identité visuelle ont été repensés à l'occasion du changement physique de lieu. Désormais, le territoire de promotion est élargi au Pays d'Aix. La signature « Aix, Pays d'Aix, la Provence par excellence » est conservée pour mettre en avant la Provence qui bénéficie d'une excellente image de marque, en France et à l'étranger. Un nouveau logo symbolise le territoire et ses points cardinaux avec des couleurs qui traduisent la richesse de notre destination touristique et la possibilité de thématiser l'offre touristique : culture et patrimoine, art de vivre et terroir, nature et loisirs, savoir et savoir-faire.

La communication imprimée, web et multimédia est désormais pensée globalement, selon une même logique pour plus de cohérence et une meilleure complémentarité. Les supports imprimés seront plus « éditorialisés » et sur un registre plus émotionnel basé sur les expériences et nouvelles pratiques des touristes.

L'offre touristique sera classée par thématiques, par tribus, en fonction des opportunités et envies de chacun. Les supports seront conçus en fonction des attentes des touristes, de leurs pratiques et des différents temps du voyage : avant (séduire et préparer le séjour), pendant (vivre le séjour) et après le séjour (partager)

Les objectifs de communication de l'Office Municipal de Tourisme sont pluriels afin de promouvoir et de garantir la destination touristique, en France et à l'étranger :

- Accroître la notoriété en affirmant une identité et une image spécifiques
- Faire connaître l'offre touristique et les événements qui animent le territoire
- Soutenir les ventes des différents services (centrale de réservation, accueil, boutique, sites, service commercial...)

En 2011 malgré l'absence d'évènement phare, le nombre d'accueils de journalistes a cependant augmenté passant de 64 à 101. Aix en Provence a reconquis sa place, avec ses atouts et ses richesses, au centre de nombreux reportages de presse.

## **LE TOURISME D'AFFAIRES ET DE CONGRES :**

L'année 2011 aura été marquée par l'accueil important de congrès et le maintien d'une forte activité de conventions d'entreprise. Le chiffre d'affaires atteint un montant de 1,131 million d'euros HT. Pour

la 4<sup>ème</sup> année consécutive, le centre de congrès connaît une croissance d'activité à 2 chiffres. Cette performance élève les résultats de l'activité commerciale à un niveau record depuis son ouverture en 1998.

Au cours de l'année 2011, le centre de congrès a reçu 85 manifestations représentant 126 jours d'occupation. Le nombre de participants qui s'élève à 20 639 a généré 30 239 journées congressistes (nombre de participants x jours de manifestation).

Les retombées économiques de l'activité du centre de congrès sur la ville d'Aix en Provence peuvent être estimées à 3,08 millions d'euros HT (calcul établi sur la base des données de calcul France Congrès – 152€/jour en journée congrès et 70€/jour en journée réunion).

L'occupation d'un centre de congrès restant très limitée en raison d'une saisonnalité très marquée (jours de semaine hors jours fériés et vacances scolaires), l'optimisation des journées d'occupation, grâce à une politique de réservation privilégiant les congrès et réunions à haute valeur ajoutée, porte ses fruits. Le nombre de journées réellement commercialisables sur l'année peut être estimé à environ 175 jours. En mesurant le taux d'occupation sur la base de ce calendrier, on peut évaluer un taux d'occupation d'environ 72%.

En observant plus en détail l'activité événementielle, un certain nombre de données clés peuvent être mises en évidence. Plus de 70% de l'activité auront été générés par le marché des associations professionnelles et des entreprises. En 2011 la part du marché des associations professionnelles a repris l'avantage sur celui des entreprises avec 37% de l'occupation. La clientèle « entreprise » a toutefois généré 42% du CA avec 36% de l'occupation. La part représentée par les agences se maintient à un niveau de 12%.

L'année 2011 a connu une augmentation du nombre de congrès (57 jours pour 21 congrès) qui voient leur part augmenter avec 45% de l'occupation (37% en 2010). Les réunions d'entreprise représentent 35% de l'occupation du centre soit exactement le même niveau qu'en 2010.

Les congrès et réunions d'entreprise représentent 76% de l'activité du centre de congrès (96 jours). En complétant avec la part que représente celle des conférences/colloques et salons, le taux d'occupation du segment des manifestations professionnelles s'élève à 95%, ce qui démontre une fois de plus combien le centre de congrès répond à sa vocation de centre de communication et d'échanges à destination du secteur des rencontres professionnelles.

Il est important de noter que les retombées économiques générées sur la ville sont proportionnelles à cette évolution. Le centre de congrès demeure plus que jamais un acteur du développement économique du territoire communal.

## **LE TOURISME CULTUREL :**

Trois entités sont en gestion directe par l'OMT: les sites de Cézanne ; les visites guidées et la boutique librairie du musée Granet.

### **- L'atelier de Cézanne**

Il a reçu 67 089 visiteurs cette année. Ce chiffre quasi identique à celui de 2010 n'est pourtant pas composé de la même clientèle. Les individuels représentent maintenant 77% de la fréquentation (contre 71% l'an dernier). Une part qui a augmenté d'un quart en trois ans.

Cet apport supplémentaire de près de 4 000 individuels permet de compenser la baisse des groupes, effective pour la troisième année consécutive (-46% depuis 2008). La part des Tour Opérateurs est

pourtant préservée avec un ratio de 45% de la clientèle groupe, bien que le trafic des agences japonaises ait été légèrement impacté par l'incident de Fukushima.

Cette tendance à l'individualité s'explique probablement par la crise et l'utilisation de l'Internet qui ont changé les habitudes de consommation, le consommateur souhaitant à présent « être acteur de ses vacances ».

Le public de l'atelier de Cézanne est composé à 65% d'étrangers - dont 21% d'asiatiques et 15% d'américains - et à 35% de français. A noter la surreprésentation de la clientèle étrangère à l'atelier Cézanne : elle atteint seulement 20% à l'échelle des touristes du département.

#### - La boutique librairie Granet

L'OMT a été reconduit dans l'exploitation de la Boutique Librairie du musée Granet pour une période de 3 années supplémentaires en 2010. En cohérence avec le projet culturel de la CPA la Boutique Librairie joue un rôle en amont et en aval des expositions permanentes et temporaires du musée Granet.

Ouverte au même rythme que le musée, la boutique a réalisé un chiffre d'affaires de 453 000 € TTC, comptabilisé 28 000 clients durant l'année soit un taux de transformation des visiteurs en client de plus de 16%, le ticket moyen a été de 15,74€ (contre 18,75€ en 2010 et 16,56 € en 2009).

#### - Les visites guidées

L'année 2011 a permis de faire découvrir le patrimoine de notre destination, au travers des visites guidées promues par le service, à plus de 22 400 personnes. 17 900 visiteurs accompagnés dans les visites de groupes constitués et près de 4 500 visiteurs inscrits lors de nos visites programmées.

Force est de constater que la baisse d'activité est malheureusement constante depuis plusieurs années ; elle témoigne du changement de comportement des clientèles et la nécessité de prendre acte que ces dernières peuvent découvrir notre patrimoine de façon différente.

#### - Les « Rencontres du 9<sup>ème</sup> Art »

Cette manifestation connaît un engouement et une reconnaissance de plus en plus forte. Fidèle à son habitude le festival a de nouveau investi plusieurs lieux de la ville dont la Cité du Livre avec des expositions et des ateliers. Cette nouvelle édition fut marquée par sa grande médiatisation dans la presse audiovisuelle et dans la presse écrite régionale et nationale. Plus de 30 journalistes de média nationaux sont venus au festival à l'occasion d'un voyage de presse. Une campagne de presse menée sur le plan régional et sur le plan national a été mise en place et a diffusé une image jeune et dynamique de la ville.

#### - Les autres sites et évènements culturels

Le Festival d'art lyrique, la Fondation Vasarely, le Muséum d'histoire naturelle connaissent également un regain de fréquentation, confirmant le rayonnement culturel de la ville d'Aix en Provence.

### **LA GESTION DES EQUIPEMENT PUBLICS :**

Une convention de gestion d'équipements publics municipaux lie la ville et l'Office Municipal de Tourisme depuis de nombreuses années. Sont concernés, au-delà de l'Atelier Cézanne et des sites cézanniens, le Centre de Congrès Carnot, les salles de Luynes, des Platanes, de Puyricard et des Milles. L'activité du Centre de Congrès ayant été explicitée supra, cf tourisme d'affaires, le présent paragraphe concerne plus spécifiquement les salles municipales.

Les tarifs d'utilisation des équipements et sites sont votés par le Conseil Municipal d'Aix en Provence sur la base de propositions établies par le gestionnaire, selon les prix pratiqués sur le marché en visant à se rapprocher de l'équilibre global de gestion. Ils sont fondés sur le type de salle louée et de prestations offertes.

Toute demande de réduction de tarif ou de mise à disposition gratuite est soumise au Conseil Municipal, sur proposition d'une Commission dans laquelle figurent les élus membres de droit, ainsi que deux représentants de l'opposition municipale désignés par celle-ci.

Les utilisateurs principaux de ces salles sont les associations, les services municipaux ou les structures para-municipales. Les demandes de gratuité concernent des animations à caractère social, festif, humanitaire ou œuvrant dans le domaine du développement économique. Habituellement, les associations bénéficient également de la gratuité pour la tenue de leur assemblée générale annuelle, ainsi que pour l'organisation d'une manifestation dans l'année.

Une perception forfaitaire minimale correspondant aux frais de remise en état de la salle peut être ponctuellement appliquée, à l'exception d'une utilisation simple pour une réunion ou pour une assemblée générale.

Le manque à gagner pour l'Office fait l'objet d'une compensation financière par prélèvement sur l'enveloppe budgétaire dont le montant est défini lors de l'élaboration du Budget Primitif.

A noter en 2011 la réquisition et donc la fermeture des salles de Luynes et de Puyricard lors de la pandémie de grippe.

C'est donc un total de 156 manifestations qui se sont déroulées en 2011 dans les salles municipales (+17% par rapport à 2010) en complément du fonctionnement hebdomadaire des salles: cf Luynes et l'activité sportive.

Le montant facturé des locations a été de 48 262,01 €. Des gratuités ont été votées pour un montant de 15 396,11 €. Les frais de fonctionnement – fluides, travaux, maintenance sécurité, produits d'entretien – s'élèvent à 39 733 €. Les frais du personnel de permanence, salaires chargés, s'élèvent à 123 000 €.

Le coût net de la gestion des salles municipales en 2011 est donc de 129 867 €

---

En conséquence, je vous invite mes Chers Collègues, en vertu de l'article L 133-8 du Code du Tourisme, à :



- **APPROUVER** ce compte administratif qui laisse apparaître un résultat cumulé de clôture en excédent de 543 280,91 € en fonctionnement et de 631 413,42 € en investissement, résultat identique à celui constaté par Monsieur le Trésorier Principal. Ces excédents devant permettre de finaliser l'aménagement du nouvel Office de Tourisme.

**2012.744 - OFFICE MUNICIPAL DE TOURISME- COMPTE ADMINISTRATIF 2011**

<b>Présents et représentés</b>	<b>: 52</b>
<b>Présents</b>	<b>: 43</b>
<b>Abstentions</b>	<b>: 0</b>
<b>Non participation</b>	<b>: 0</b>
<b>Suffrages Exprimés</b>	<b>: 52</b>
<b>Pour</b>	<b>: 49</b>
<b>Contre</b>	<b>: 3</b>

**Ont voté contre**

M. Hervé GUERRERA, M. François HAMY, Mme Marie José VALETA

**Se sont abstenus**

NEANT

**N'ont pas pris part au vote**

NEANT

**Le Conseil Municipal a Adopté à la majorité  
le rapport qui précède.**

**Ont signé Maryse JOISSAINS MASINI, Maire**

**Président de séance et les membres du conseil présents :**

**Le Conseiller Municipal délégué,  
Arlette OLLIVIER**

**Compte-rendu de la délibération affiché le : 12/07/2012  
(articles L 2121-25 et R 2121-11 du C.G.C.T.)**