



Aix en Provence

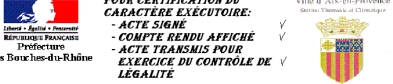
VILLE THERMALE ET CLIMATIQUE

**EXTRAIT DU REGISTRE DES DELIBERATIONS
DU CONSEIL MUNICIPAL DE LA VILLE D'AIX-EN-
PROVENCE N°2013.385**

Séance publique du

8 juillet 2013

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

Accusé de réception en préfecture
A013-211300017-20130708-28613- DE-1-1_0
Date de signature : 10/07/13
Date de réception : mercredi 10 juillet 2013
 <p>POUR CERTIFICATION DU CARACTÈRE EXECUTOIRE: - ACTE SIGNÉ ✓ - COMPTE RENDU AFFICHÉ ✓ - ACTE TRANSMIS POUR EXERCICE DU CONTRÔLE DE LEGALITE ✓</p>

OBJET : OFFICE MUNICIPAL DU TOURISME - COMPTE ADMINISTRATIF 2012

Le 08/07/13 à 17h00, 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 02/07/2013, conformément aux articles L 2121-10 et L 2121-12 du Code Général des Collectivités Territoriales.

Etaient Présents :

M. Jacques AGOPIAN, M. Lucien AMBROGIANI, Mlle Odile BARBAT-BLANC, Mme Dahbia BENNOUR, Mme Charlotte BENON, Mme Christine BERNARD, Mme Odile BONTHOUX, M. Helliot BRAMI, M. Gérard BRAMOULLÉ, Mme Danièle BRUNET, M. Eric CHEVALIER, M. Jean CHORRO, Mme Chantal DAVENNE, M. François-Xavier DE PERETTI, M. Gerard DELOCHE, Mme Brigitte DEVESA, Mme Sylvaine DI CARO, M. Laurent DILLINGER, Mme Michelle EINAUDI, Mme Martine FENESTRAZ, M. Alexandre GALLESE, M. Jacques GARCON, M. Gérard GERACI, M. Jean-Christophe GROSSI, M. Hervé GUERRERA, M. André GUINDE, M. François HAMY, Mme Sophie JOISSAINS, Mme Maryse JOISSAINS MASINI, Mme Michèle JONES, Mme Patricia LARNAUDIE, Mme Reine MERGER, Mme Arlette OLLIVIER, M. Christian PEREZ, M. Jean-Marc PERRIN, Mme Danielle SANTAMARIA, Mme Catherine SILVESTRE, 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:

M. Maurice CHAZEAU à M. Alexandre GALLESE, M. Yannick DECARA à Mlle Odile BARBAT-BLANC, M. Christian LOUIT à Mme Danielle SANTAMARIA, M. Henri MATAS à M. Eric CHEVALIER, Mme Amaria MOHAMMEDI à M. Helliot BRAMI, M. Stéphane PAOLI à M. Laurent DILLINGER, Mme Marie-Pierre SICARD - DESNUELLE à M. Gérard BRAMOULLÉ, Mme Fleur SKRIVAN à M. Jacques AGOPIAN

Excusés sans pouvoir :

Mme Agnès AMIACH ELBEZ, M. Robert FOUQUET, M. Alexandre MEDVEDOWSKY, Mme Liliane PIERRON, Mme Catherine RIVET-JOLIN

Secrétaire : Fleur SKRIVAN

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



09.01

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 08/07/13

JB

RAPPORTEUR : M. Victor TONIN

Nomenclature : 7.1 Decisions budgetaires

Politique Publique : 09-DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET RAYONNEMENT
INTERNATIONAL

OBJET : OFFICE MUNICIPAL DU TOURISME - COMPTE ADMINISTRATIF 2012 - Décision
du Conseil

Mes chers collègues,

Le compte administratif est la traduction budgétaire de l'activité de l'Office Municipal de Tourisme telle qu'elle est décrite dans son bilan d'activités 2012.

Le bilan d'activités a été présenté au Comité de Direction de l'Office Municipal de Tourisme et approuvé par ses membres le 5 mars 2013. Le rapport d'exécution budgétaire a été approuvé quant à lui par le comité de direction le 28 mai 2013. 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, Atelier Cézanne) et communautaire (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 2012, mises en parallèle avec celles de 2011 .

LE CONTEXTE INTERNATIONAL ET RÉGIONAL POUR L'ANNÉE 2012

Au plan mondial

Avec plus d'un milliard de clients, l'industrie du tourisme est leader au sein des activités de services dans le monde. Elle représente plus d'un tiers de l'ensemble du commerce mondial de services et elle est l'un des secteurs de l'économie mondiale qui affiche la croissance la plus rapide. L'Organisation Mondiale du Tourisme s'attend à ce que le secteur fournisse 296 millions d'emplois à l'échelle mondiale d'ici à 2019

D'après la dernière édition du Baromètre réalisé par l'Organisation Mondiale du Tourisme, les recettes du tourisme international ont battu un nouveau record en 2012 : elles se sont élevées, selon les estimations, à 1 075 milliards d'USD (837 milliards d'EUR) à l'échelle mondiale, en progression de 4% en termes réels par rapport à 2011.

Cette hausse est égale à celle des arrivées de touristes internationaux, qui ont été de 1 035 millions en 2012. Des recettes supplémentaires d'un montant de 219 milliards d'USD ont été enregistrées au titre du transport international de voyageurs, ce qui porte le total des exportations du tourisme international en 2012 à 1 300 milliards d'USD.

Malgré les difficultés économiques, 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

Les arrivées de touristes internationaux en Europe, qui est la région la plus visitée au monde, ont augmenté de 3%. C'est un résultat très positif compte tenu de la situation économique et des bons résultats de 2011 (+6%). Le total des arrivées a atteint 535 millions, soit 17 millions de plus qu'en 2011. Pour ce qui est des sous-régions, ce sont les destinations de l'Europe centrale et orientale (+8%) qui ont enregistré les meilleurs résultats, suivies de l'Europe occidentale (+3%). Les destinations de l'Europe méridionale méditerranéenne (+2%) ont consolidé les excellents chiffres de 2011 et retrouvé en 2012 leur taux normal de croissance.

En chiffres absolus, l'Europe a affiché 457 milliards d'USD de recettes touristiques (356 milliards d'EUR), ce qui représente 43% des recettes touristiques totales dans le monde et en fait la région obtenant la plus grosse part des recettes.

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

Avec 217,3 millions de nuitées enregistrées en 2012, la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur voit sa fréquentation légèrement baisser (-1,7%, par rapport à l'année 2011).

Ce tassement de fréquentation entre 2011 et 2012 est essentiellement lié à la baisse de fréquentation des nuitées de la période mai/octobre (-2,3%), alors que les périodes hivernales (janvier à avril, novembre et décembre) sont en légère progression (0,8%).

La clientèle étrangère représente 19% de la clientèle touristique de la région soit 5 millions de séjours.

LE CONTEXTE LOCAL POUR L'ANNEE 2012

En 2011, l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence a pris possession de ses nouveaux locaux. Cet espace est entièrement dédié à la promotion des richesses touristiques d'Aix-en-Provence et ses alentours 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.

L'année 2012 a été consacrée à la poursuite de la mise en œuvre des objectifs fixés à l'installation dans les nouveaux locaux.

Elle a notamment vu l'ouverture du « comptoir du Pays d'Aix » en janvier 2012 afin d'offrir un écrin aux produits du terroir et proposer une large gamme d'idées cadeaux à rapporter de son séjour aixois.

Les actions de promotion, de commercialisation, de communication et bien sûr d'accueil s'inscrivent dans une démarche qualité exigeante, pour laquelle l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence a sollicité certification et labels :

1. Le renouvellement de la certification AFNOR

Les 13 et 14 novembre 2012 l'OMT a fait l'objet de l'audit intermédiaire de contrôle par l'AFNOR. Certaines non-conformités et remarques ont été relevées et ont donné lieu à des actions correctives qui ont permis à l'auditrice d'émettre un avis favorable au renouvellement de la certification l'AFNOR jusqu'au prochain audit en juin 2014.

2. Le Label « Tourisme et Handicaps »

A la suite de son installation dans le nouveau bâtiment municipal, l'OMT a souhaité présenter sa candidature à l'obtention du Label Tourisme & Handicaps. En novembre, la commission régionale a émis un avis favorable et en décembre, la commission nationale a attribué le Label pour les quatre types de handicap : visuel, auditif, physique et mental. Ce Label est acquis pour une durée de cinq ans.

3. La Marque « Qualité Tourisme »

Cette Marque est une Marque Nationale attribuée par « Office de Tourisme de France ». Les Offices de Tourisme certifiés via la Norme NFX50-730 se la voient accordée sans réserves.

Cette Marque a donc été accordée jusqu'au prochain audit AFNOR en Juin 2014. Elle succède à celle déjà obtenue par le Centre de Congrès.

L'HOTELLERIE AIXOISE :

Pour l'année 2012, le taux d'occupation de l'hôtellerie (hôtels + résidences de tourisme) est de 65% (65,3% pour les hôtels et 63,6% pour les résidences de tourisme). Le taux d'occupation des hôtels est en baisse de 4,2% et est en baisse de 6% pour les résidences qui sont le reflet de l'activité économique générale.

Cette baisse de la fréquentation se traduit par une baisse du nombre de nuitées, 944 898 en 2012, contre 996 727 en 2011 soit une baisse de 5,20 %. Le nombre de chambres répertoriées est en légère augmentation : 3170 en 2012 contre 3126 en 2011 (+1,4%).

Le mois où la baisse de fréquentation est la plus importante est le mois de mai (-12%).

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

L'ACCUEIL – L'INFORMATION

146 397 demandes d'informations enregistrées à l'accueil de l'Office Municipal de Tourisme auxquelles il faut ajouter les 18 700 visiteurs de l'espace exposition et les 7 480 clients du comptoir du pays d'Aix soit un total de 172 577 visiteurs à l'Office en 2012.

A ce chiffre, se rajoutent également les visiteurs qui ont utilisé l'accueil numérique et qui n'ont donc pas fait appel aux services d'un conseiller en séjour, les visiteurs qui ont flâné et déambulé dans le hall et la boutique venant découvrir ce nouveau lieu destiné à l'accueil et à l'information.

Il convient de préciser que pour la première année, la saisie des éléments qualifiants des demandes d'information aux comptoirs d'accueil s'effectue informatiquement.

41 223 appels téléphoniques reçus et comptabilisés avec un nouveau logiciel de gestion.

Le site internet de l'office du tourisme a reçu 2 394 479 visites, soit une augmentation par rapport à 2011 de plus de 9 %.

LA COMMUNICATION – LES EDITIONS – LES PROMOTIONS :

La stratégie, les outils de communication ainsi que l'identité visuelle ont été repensés à l'occasion du changement physique de lieu. Désormais, la promotion du territoire d'Aix intègre les atouts touristiques du 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 entre les supports. Ces supports sont conçus en fonction des nouvelles pratiques et des attentes des touristes, ainsi que des différents temps du voyage : avant (séduire et préparer le séjour), pendant (vivre le séjour) et après le séjour (partager).

La communication de l'OMT est déclinée de la façon suivante :

. les éditions papiers, comportant:

- . un plan guide pour se repérer pendant le séjour
- . « Couleurs Provence », un document d'appel qui synthétise l'offre dans un format magazine
- . une collection de dépliants thématiques pratiques petits formats diffusés sur place.

. le web et les réseaux sociaux

La refonte des sites Internet Grand Public et Professionnels entamée en 2012 aboutira en 2013. En attendant la mise en ligne, l'OMT a effectué des mises à jour et réorganisé des pages principales.

. la communication multimedia in situ

L'accueil traditionnel dispensé par les conseillers en séjour est désormais complété par de nouveaux services offerts grâce à l'utilisation des nouvelles technologies. Depuis le printemps 2012, des supports numériques tactiles et dynamiques offrent une information complète, personnalisée et géo localisée.

- . Plus de 20 000 recherches ont été formulées depuis la mise en place du système
- . Plus de 600 recherches en moyenne par semaine sont effectuées
- . Un pic de 270 recherches par jour atteint cet été.

Avec la mise en place de l'accueil numérique, l'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence est devenu référent national en la matière et est régulièrement sollicité pour intervenir lors de journées techniques, de salons et pour effectuer des présentations sur site.

. la base de données touristiques

Les supports de communication sont alimentés par PATIO, la seule base de données d'informations touristiques des Bouches du Rhône. Cette plateforme d'information permet, à partir d'une seule saisie, de diffuser sur différents supports : sites internet (ceux de l'Office de Tourisme, de Bouches du Rhône Tourisme, du CRT...), applications mobiles, brochures touristiques et notre accueil numérique. Elle permet également aux conseillers en séjour de

renseigner les visiteurs. PATIO référence 3 500 établissements aixois dans différents secteurs d'activités et diffuse entre 300 à 600 manifestations par mois.

. l'audiovisuel et l'iconographie

Un clip promotionnel de 3 minutes a été réalisé pour promouvoir la destination (sortie décembre 2012). La photothèque a été enrichie et les plans ont été actualisés.

. relations presse / accueil presse

4 reportages sont été réalisés sur Marseille Provence 2013. 7 voyages de presse ont été réalisés en 2012, notamment en Chine et en Israël. A noter un fort engouement des allemands, avec une croissance des accueils presse de 24,26 %.

. campagne de communication à l'étranger

Quatre campagnes ont été réalisées en 2012 (avec le Club des Grandes Villes, Atout France) : au Pays-Bas, en Grande Bretagne, en Espagne ainsi qu'une pour l'ensemble de l'Europe.

LA PROMOTION ET LA COMMERCIALISATION TOURISME DE LOISIRS

L'année 2012 marque une étape importante dans l'action commerciale de l'Office Municipal de Tourisme. En effet, pour la première fois, 125 professionnels du pays d'Aix, dans des domaines aussi divers que l'hébergement, la restauration, le transport ou les produits du terroir ont été ajoutés dans l'offre touristique présentée à l'intermédiation.

Les outils commerciaux ont été développés afin d'attirer l'attention sur l'événement Marseille Provence 2013, Capitale Européenne de la Culture.

LE TOURISME D'AFFAIRES ET DE CONGRES

L'année 2012 aura été marquée par l'accueil important de congrès et le maintien d'une forte activité de conventions d'entreprise. Sans oublier le lancement de la première phase des travaux sur le bâtiment.

Un chiffre d'affaires en très légère baisse par rapport à 2011 mais les travaux de requalification du centre ont contraint l'activité à s'interrompre en juillet, août, les quinze premiers jours de septembre et la seconde quinzaine de décembre.

Au cours de l'année 2012, le centre de congrès a reçu 74 manifestations représentant 130 jours d'occupation et 21 000 participants.

Les retombées économiques de l'activité du centre de congrès sur la ville d'Aix en Provence peuvent être estimées à 3 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 étant estimé à 175 jours, le taux d'occupation « réel » est de l'ordre de 70% des jours commercialisables.

Plus de 70% de l'activité événementielle a été générée par le marché des associations professionnelles et des entreprises.

L'année 2012 a connu une stabilisation du nombre de congrès (58 jours pour 19 congrès) qui voient leur part en légère baisse avec 42% de l'occupation (-3% par rapport à 2011). Les réunions d'entreprise représentent 30% de l'occupation (soit une baisse de 5 point par rapport à 2011).

Les congrès et réunions d'entreprise représentent donc 72% de l'activité du centre de congrès, en nombre de manifestations (98 jours sur 130 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.

Les congrès et les réunions d'entreprises représentent respectivement 58% et 32% du CA soit un total de 90%. Ces deux cibles prioritaires demeurent le gisement de clientèle principal du centre de congrès. Le nombre de journées de congrès nationaux et internationaux s'élève à 80% des congrès accueillis et représente 50% du CA de l'ensemble de l'activité.

La part des événements dont l'audience dépasse les limites de la région PACA correspond à une activité à haute valeur ajoutée pour le territoire. Ils offrent de nombreuses retombées économiques sur le secteur du tourisme et les acteurs de la filière congrès. Le domaine de la «santé» reste le premier secteur d'activité suivi par le secteur «financier» et le secteur «industrie» et «science».

En observant la répartition du CA sur l'année, on constate une évolution saisonnière marquée par 2 périodes de pointe qui concentrent 62% du CA. Ces 2 périodes se situent sur les mois de mai/juin et de septembre/octobre/novembre.

LE TOURISME CULTUREL :

L'atelier de Cézanne

Il a reçu 67 373 visiteurs en 2012, chiffre quasi identique à celui de 2011.

Les trois quarts des visiteurs se concentrent entre avril et septembre (excepté le plein été déserté par les groupes), avec une moyenne mensuelle qui peut varier de 46 visiteurs/jour en janvier à 306 en juillet.

La clientèle se compose à 74 % d'individuels et à 26% de groupes. A noter que les groupes, en perte de vitesse ces 3 dernières années, remontent doucement (+ 3%). Ce gain n'est pas à mettre sur le compte des Tours Opérateurs qui ne représentent que 36% de la clientèle totale groupe (moins 8 points par rapport à 2011). Il n'y a pas d'éclaircies à attendre dans ce secteur, certaines entreprises ayant même regroupé leurs forces commerciales pour faire face au contexte économique peu favorable.

Les groupes scolaires sont également en baisse avec 753 enfants venus dans l'année.

Pour ce qui concerne la provenance des visiteurs tous types de clientèle confondus, 42% sont français ; 10% américains ; 9,5% allemands ; 7% viennent d'Asie dont 3,5% du Japon ; 6% sont italiens.

La vente de billets représente 68% des recettes globales, alors que 32% reviennent aux ventes de la boutique.

Si l'année 2012 à Aix n'a pas connu réellement de focus culturel, l'actualité de l'atelier a en revanche été marquée par la participation à l'exposition Cézanne Paris-Provence au National Art Center de Tokyo. Une vingtaine d'objets ont fait le voyage pour s'inscrire dans une reconstitution réaliste de l'atelier, aux côtés des tableaux originaux. Tout aussi emblématique, la présence des œuvres de Mme Setsuko de Rola, veuve de Balthus, ainsi que les dessins de Aragon, témoignages de ses grandes amitiés passées. Pour conforter la notoriété et l'authenticité du lieu, l'atelier de Cézanne a obtenu deux distinctions, l'une patrimoniale, l'autre touristique : le label Maisons des Illustres, décerné par le ministère français de la Culture et de la Communication et le certificat d'excellence du site internet de voyage TripAdvisor...

La boutique librairie Granet

L'OMT a été reconduit contractuellement par la Communauté du Pays d'Aix dans l'exploitation de la Boutique Librairie du musée Granet pour une période de 3 années supplémentaires en 2010. Elle joue un rôle en amont et en aval des expositions permanentes et temporaires du musée Granet.

Comme en 2011, 26 000 clients ont été comptabilisés durant l'année 2012 soit 18% des visiteurs... sachant que la grande majorité des visiteurs du musée viennent soit en couple soit en famille. Toutefois, en 2012, le montant moyen de la dépense a été de 14,47 € contre 18,75 € en 2011, soit une baisse de 22 % du chiffre d'affaire.

Les visites guidées

On dénombre, pour 2012, 2747 visiteurs individuels pour 276 visites programmées pour le grand public (contre 3 355 visiteurs en 2011). 783 visites de groupes ont été réalisées (contre 787 en 2011).

A l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, 16 groupes de 30 personnes ont été pris en charge par des guides conférenciers.

La 9ème édition des « Rencontres du 9ème Art »

Fidèle à son habitude, le Festival a de nouveau investi plusieurs lieux de la ville (14). Il a attiré 58 000 visiteurs et compté 17 expositions gratuites. Concernant les retours presse, on dénombre plus de 15 journalistes de médias nationaux, 16 reportages TV, plus de 500 coupures de presse, 60 interview radio multi diffusées et plus de 180 sites internet qui ont annoncé le Festival.

Le comptoir du Pays d'Aix

Le «comptoir du Pays d'Aix», ouvert mi-janvier 2012, offre un écrin aux produits du terroir aixois (calissons, vins, huiles d'olive, santons...) et propose une large gamme d'idées cadeau à rapporter de son séjour sur notre territoire (objets en bois d'olivier, articles aux couleurs de la palette de Cézanne, livres, foulards...)

Les produits vendus sont sélectionnés en fonction de critères préétablis : faire référence à la Provence, promouvoir la destination aixoise et pays d'Aix et ne pas concurrencer le commerce local. L'Office de Tourisme a aussi développé sa marque sur une sélection d'objets pratiques : mugs, règles, accroche sac, miroirs de sac...

En collaboration avec le syndicat général des coteaux d'Aix, 48 viticulteurs des coteaux d'Aix, vigneron de la Sainte Victoire et côtes du Luberon ont signés avec l'Office Municipal de Tourisme, après validation du comité direction, une convention de dépôt vente selon un calendrier annuel et une rotation tous les 4 mois de leurs 3 couleurs. Un choix permanent de 12 à 15 viticulteurs s'offre ainsi aux visiteurs. L'objectif étant la mise en valeur de la production locale mais surtout de donner envie de découvrir les vignobles...

La même démarche a été menée avec 8 calissonniers, 4 producteurs d'huile d'olive et un apiculteur présents toute l'année. Les fiches détaillées et techniques des produits du terroir sont présentées sur les écrans tactiles : coordonnées, jour et heure de visite, accès....

6 895 ventes ont été enregistrées dont 49,5% à des visiteurs étrangers.

AIX et PAYS D'AIX

L'Office Municipal de Tourisme d'Aix-en-Provence joue un rôle d'animation et de professionnalisation du réseau des Offices de Tourisme du Pays d'Aix. En 2012 les principales actions ont été les suivantes :

- . Référentiel qualité pour les organismes locaux du tourisme
- . Gestion de l'informatique touristique
- . Système d'observation de l'activité touristique des OTSI
- . Organisation d'événements pour les professionnels et le grand public
- . Animation du blog du Pays d'Aix avec une fréquentation de 48 847 visites contre 29 114 en 2011
- . Système d'observation économique du tourisme - Aix/Pays d'Aix.

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 2012 qui laisse apparaître un résultat cumulé de clôture en excédent de 297 026,25 euros en fonctionnement et de 342 245,68 euros en investissement, résultat identique à celui constat par Monsieur le Trésorier Principal.

2013.385 - OFFICE MUNICIPAL DU TOURISME - COMPTE ADMINISTRATIF 2012

Présents et représentés	: 50
Présents	: 42
Abstentions	: 3
Non participation	: 0
Suffrages Exprimés	: 47
Pour	: 47
Contre	: 0

Ont voté contre

NEANT

Se sont abstenus

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

N'ont pas pris part au vote

NEANT

**Le Conseil Municipal a Adopté à l'unanimité
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 : 10/07/2013
(articles L 2121-25 et R 2121-11 du C.G.C.T.)**