

commerce
com

P.4/5
Les Observatoires
du commerce de
Clermont et Issoire

CHC : Le "Passeport Réceptionniste"
pour un meilleur accueil de la clientèle

L'Auvergne se positionne sur le tourisme d'affaires

"1, 2, 3 Puy-de-Dôme", une incitation
à s'arrêter dans le département !

Avec Maison2, Auvergne Tourisme lance
un concept de location unique en France

Code de l'urbanisme : ce qui change
pour les propriétaires de camping

LE TOURISME **EN AUVERGNE**



pratique

Toucher, regarder et incliner : la règle d'or pour vérifier l'authenticité des billets

La production des billets de banque en euros fait appel à des techniques d'imprimerie très sophistiquées. Les billets contiennent des signes de sécurité ultramodernes qui permettent de reconnaître aisément un billet authentique d'un faux. Pour ce faire, nul besoin d'un matériel spécifique. En fait, il vous suffit d'appliquer la règle simple consistant à Toucher, Regarder et Incliner.



Faites le TRI !

Quelques secondes suffisent pour vérifier plusieurs signes de sécurité et être certain de l'authenticité d'un billet.

Toucher

- le craquant du papier
- l'impression du relief

Regardez

- l'effet de transvision
- le fil de sécurité
- le filigrane
- les perforations

Inclinez

- la bande ou la pastille holographique
- la bande iridescente ou l'encre à couleur changeante



Toucher

- **Le papier** doit avoir une texture ferme et une sonorité craquante.
- **L'impression en relief** : elle est perceptible en passant le bout d'un doigt ou en grattant avec l'ongle.

Regarder

- **L'effet de transvision** : des marques imprimées dans un coin de chaque face, sur le haut du billet, se complètent parfaitement pour former le chiffre indiquant la valeur du billet. Cet effet est visible par transparence.
- **Le filigrane** : il est visible en examinant le billet par transparence. Il reprend le motif architectural

et la valeur du billet. Face à la lumière, il montre un contraste entre des zones claires et foncées. Sur un support sombre, le contraste est inversé.

■ **Le fil de sécurité** : une bande sombre apparaît lorsque vous examinez le billet par transparence. La valeur et le mot EURO apparaissent en petites lettres.

■ **Les perforations** : dans la bande ou la pastille holographique des perforations forment le symbole €.

Incliner

Billets de de 50, 100, 200 et 500 euros

■ **La pastille holographique** : on distingue alternativement la valeur du billet et le motif

architectural. On peut voir en fond, des cercles concentriques aux couleurs de l'arc en ciel.

■ **L'encre à couleur changeante** : en inclinant le billet, le chiffre indiquant sa valeur au verso change de couleur et passe du violet au vert olive, voire brun.

Billets de 5, 10 et 20 euros

■ **La bande holographique** : on distingue alternativement la valeur du billet et le symbole euro ainsi que les couleurs de l'arc en ciel en fond.

■ **La bande iridescente** : une bande brillante apparaît. Elle reproduit la valeur du billet et le symbole de l'euro €.

En savoir plus :

www.banque-france.fr

Pour vous aider à mettre en pratique le TRI, de nouvelles réunions avec les formateurs de la Banque de France seront programmées à la CCI dès la rentrée. N'hésitez pas à contacter le service Commerce de la CCI : 04 73 43 43 34 ou commerce@clermont-fd.cci.fr



utile

KIOSQUE

Construire mon projet touristique

Ce guide* a été conçu pour vous aider à :

- vous poser les bonnes questions pour prendre les bonnes décisions ;
- définir et élaborer votre projet touristique, votre stratégie ;
- préparer toutes les informations utiles avant de rencontrer votre conseiller.

En savoir plus :

Elise Serin, 04 73 43 43 93 - e.serin@clermont-fd.cci.fr

Le guide des manifestations économiques en Auvergne

Vous recherchez un salon, une foire ou un congrès en Auvergne ? Consultez le guide*, édité par la CCI de Clermont-Ferrand /Issoire, qui recense une quarantaine de manifestations classées par ordre chronologique et thématique.

* Guides téléchargeables gratuitement sur le site de la CCI : www.clermont-fd.cci.fr

Panorama trade dimensions : le guide 2008 de la distribution

Cet annuaire** recense les centrales d'achat et sociétés de distribution, commerces spécialisés et franchises avec un index par secteur d'activité...

En savoir plus :

<http://www.tradedimensions.fr/>

Architecture de commerce : le guide 2008

Annuaire** des fournisseurs en matière d'agencement de magasin, mobilier, revêtements de sols, murs, décoration, signalétique, PLV, éclairage, climatisation, systèmes de sécurité...

** *Annales disponibles au service Information économique de la CCI.*

contact CCI

Information Economique,
04 73 43 43 16
infoeco@clermont-fd.cci.fr

sommaire

tendances	4/5
associations	6
hôtellerie	
tourisme	
hôtellerie de plein air	

7/11

agenda

>4 sept. **Les Jeudis de la Prévention CCI Lavoisier - de 14 h à 17 h**
Le Centre d'information sur la prévention des difficultés des entreprises propose un entretien gratuit, privé et confidentiel, sans engagement, avec un magistrat honoraire, un expert-comptable ou un avocat pour analyser les risques et examiner les difficultés de l'entreprise. Sur rendez-vous.
En savoir plus : Colette Delmas, 04 73 43 43 44
developpement@clermont-fd.cci.fr

du 6 au 15 sept. **31^e Foire internationale de Clermont-Ferrand/Cournon Grande Halle d'Auvergne**
Événement économique avec 700 exposants. La CCI met l'accent sur la création d'entreprise en accueillant sur son espace des jeunes créateurs.
En savoir plus : Fabrice Delpeuch, 04 73 43 43 87
f.delpeuch@clermont-fd.cci.fr

Forum Tourismatic : professionnels du tourisme, comment développer votre activité avec Internet ?

Saint-Gervais-sous-Meymont (Maison du Parc) - de 9 h à 16 h

La Bourboule de 9 h à 16 h
En savoir plus : Sylvain Pascal, 04 73 15 06 12 - pascal@pratic.org

>25 sept. **Sécuriser son PC Pratic CCI Formation de 17 h à 19 h**
Au programme de cet atelier Pratic : quelles sont les menaces pour mon PC ? Comment me protéger ? Et ma messagerie ? Démonstration de prise de contrôle d'un ordinateur à distance.
En savoir plus : Pratic, 04 73 15 06 10
info@pratic.org



e-commerce :

Quelles sont les mentions légales à faire apparaître sur mon site ?

www.tpe-ecommerce.fr, créé par le centre de ressources Pratic, a pour objectif d'apporter une première réponse aux questions que se posent ceux, toujours plus nombreux, qui se lancent dans le e-commerce. Exemple avec les mentions obligatoires sur un site Internet marchand.

Les produits et les conditions de vente

Dans la mesure où les produits et services proposés sur votre site sont destinés à des consommateurs (personnes physiques achetant ces produits et services à des fins personnelles et non professionnelles) vous devez appliquer les règles du droit de la consommation relatives notamment à l'information sur les produits, sur les conditions de vente et sur les ventes conclues à distance, en particulier sur l'exercice du droit de rétractation.

L'éditeur du site

Selon la Loi 21 Juin 2004 (Loi pour la confiance dans l'économie numérique), les personnes dont l'activité est d'éditer un service de communication au public en ligne, doivent mettre à disposition du public, dans un standard ouvert, les informations suivantes :

- leurs nom et prénoms (personnes physiques),

leur dénomination sociale, leur capital social, leur numéro de RCS, numéro de TVA, l'adresse de leur siège social, leurs adresses physiques et électronique, leur numéro de téléphone ;

- le nom du directeur ou du codirecteur de la publication et, le cas échéant, celui du responsable de la rédaction ;

- le nom, la dénomination ou la raison sociale, l'adresse et le numéro de téléphone de l'hébergeur du site ;

- si l'activité est soumise à autorisation ou si elle est réglementée, le nom et l'adresse de l'organisme ou de l'autorité concernée.

Le non respect de ces prescriptions légales expose le dirigeant à une sanction pénale pouvant aller jusqu'à un an d'emprisonnement et 75 000 euros d'amende ; de même que des sanctions de nature pénale peuvent être prononcées à l'encontre de la société (amende, interdiction pour une durée de cinq ans d'exercer une ou plusieurs activités, affichage de la décision).

En savoir plus :

www.tpe-ecommerce.fr

Pratic : Claire Buisine, 04 73 15 06 10

info@pratic.org



Les décisions de mars à juin 2008*

Enseignes	Type de demande	Surface demandée en m ²	Surface totale en m ²	Date de la CDEC	Décision CDEC
Crozatier Grande surface spécialisée - Cournon d'Auvergne	Extension	187	947	04/03/2008	Favorable
Ecomarché Supermarché - Champaix	Extension	470	999	04/03/2008	Favorable
Netto Maxidiscompte - Pont-du-Château	Extension	300	1 000	04/03/2008	Favorable
Bricorama Grande surface spécialisée - Issoire	Extension	997	3 987	04/03/2008	Favorable
Terre de Sienne Grande surface spécialisée - Aubière	Création	750	750	07/04/2008	Favorable
Enseigne inconnue - Gerzat - Grande surface spécialisée alimentaire	Création	994	2 204	07/04/2008	Favorable
- Petite surface équipement de la personne		214			
- Grande surface spécialisée équipement de la maison		498			
- Grande surface spécialisée équipement de la personne		498			
Butimiel Petite surface alimentaire - Cournon-d'Auvergne	Création	45	45	07/04/2008	Favorable
Tati Grande surface spécialisée - Aubière	Création	2 182	2 182	07/04/2008	Défavorable
Le Marché du frais Grande surface spécialisée alimentaire - Aubière	Création	995	995	07/04/2008	Défavorable
Euro Mobilier - Grande surface spécialisée Équipement de la maison - Gerzat	Création par déplacement	1 004 (surface actuelle : 290 m ²)	1 004	15/05/08	Favorable
Ensemble commercial Issoire - Tinel/Marché frais	Création par déplacement	1 140 (surface actuelle : 200 m ²)	1 940	15/05/08	Défavorable
Grande surface spécialisée - Alimentaire		800 (surface actuelle : 435 m ²)			
Équipement de la personne					
Jeremy Chaussures Équipement de la personne - Brassac-les-Mines	Création par déplacement	390 (surface actuelle : 367 m ²)	390	26/06/08	Favorable
JPC Automobile Aubière	Extension	320	2 045	26/06/08	Favorable

* Sur le territoire de la CCI de Clermont-Ferrand / Issoire.

l'agenda de toute l'économie
www.clermont-fd.cci.fr

Directeur éditorial : Bernard Chanelle
Directeur de publication : Frédéric Coureau
Rédactrice en chef : Michèle Cugnet
Rédaction : Maryse Nugier
Crédit photos : Le Studio Photo - Icono Flash
Mairie de Vichy - Photo Laurence Plancke
Régie publicitaire : Centre France Publicité
Réalisation - Impression : fustum

contact CCI | **Cécile Bulon, 04 73 43 43 34**
c.bulon@clermont-fd.cci.fr



Commerce clermontois : un bon début pour le 1^{er} trimestre 2008, mais...

(source : Observatoire CCI du commerce clermontois)

Après deux mois de bonne tenue, l'activité commerciale clermontoise a chuté en mars, victime de la morosité ambiante. Pourtant, il suffit parfois de peu pour réamorcer la pompe, comme le démontre l'effet Ch'tis sur la restauration !

Résultats globaux

- Chiffre d'affaires : + 0,6 %
- Fréquentation : - 2 %

L'année a plutôt bien commencé pour les commerces clermontois grâce aux mois de janvier (+ 2,9 %) et février (+ 5,7 %). Hélas, le mois de mars a été si mauvais (- 6,2 %) que le bilan de ce premier trimestre reste mitigé.

Plusieurs facteurs ont expliqué cette dégringolade printanière : un décalage calendaire défavorable, le mauvais temps et un climat économique morose (pouvoir d'achat et inflation des prix alimentaires et du carburant).

Le **centre-ville** accuse un recul de 1,7 % sur ce premier trimestre confirmé par la perte de fréquentation des parkings souterrains : -7,8 % par rapport aux trois premiers mois de l'année 2007. Cette baisse de l'activité est partagée par les secteurs Gilbert-Julien (- 5,1 %), Jaude (- 1,4 %) et Blatin-Foch (- 0,3 %). En revanche, les secteurs Nord et Plateau Central enregistrent de forts taux de croissance.

En dépit d'un mois de mars très difficile, la **périphérie** conserve une croissance légèrement positive (+ 1,4 %) malgré une perte de fréquentation de 2,1 %.

A l'instar de l'année 2007, la zone Est (Brézet-Lempdes) reste la plus dynamique (+ 2,4 %). Les zones Nord (+ 1 %) et Sud (+ 0,4 %) sont relativement stables. On note toutefois une érosion de la fréquentation qui se confirme au Sud (- 4,7 %).



Résultats sectoriels

Alimentaire
 ↑ chiffre d'affaires + 1,1 %
 ↑ fréquentation - 2 %

Ce secteur affiche une légère croissance sur le premier trimestre 2008. Toutefois, corrigée du taux d'inflation particulièrement important sur ce secteur, cette croissance n'est qu'apparente. La baisse de fréquentation témoigne davantage de la réalité de l'activité.

Equipement de la personne
 ↓ chiffre d'affaires - 1,2 %
 ↓ fréquentation - 5,3 %

La consommation d'habillement et d'accessoires a souffert sur ce premier

trimestre malgré les soldes plutôt positifs. La météo très défavorable du mois de mars a empêché l'écoulement des pièces de la collection de printemps. C'est principalement en périphérie que la chute est la plus sensible (- 4,2 %), en centre-ville l'activité se maintient (- 0,9 %).

Equipement de la maison
 ↑ chiffre d'affaires + 2,2 %
 ↑ fréquentation + 0,8 %

Coup de frein en 2008 pour l'équipement de la maison après une très belle année 2007. Mars aura été particulièrement morose. C'est encore la périphérie qui tire la croissance sur ce secteur grâce notamment aux commerces de bricolage-jardinage (+ 5,6 %). En centre-ville, l'activité est restée stable (- 0,1 %).

Culture Loisirs
 ↘ chiffre d'affaires - 4,9 %
 ↘ fréquentation - 0,9 %
 (centre-ville)

Le recul constaté sur le dernier trimestre 2007 s'est accentué en 2008. On remarque une perte de panier moyen sensible, résultante probable des actions promotionnelles quasi permanentes sur les produits culturels.

Restauration
 ↗ chiffre d'affaires + 3,5 %
 ↗ fréquentation - 0,6 %

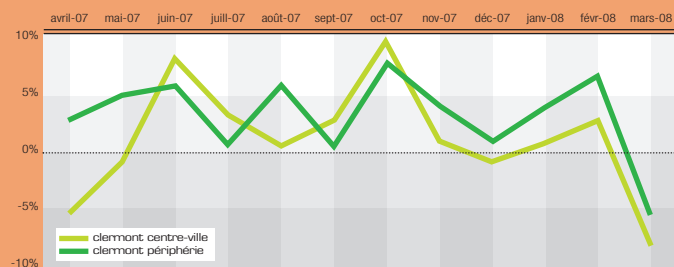
La restauration enregistre la meilleure performance sur ce premier trimestre. Malgré la météo défavorable de mars, les restaurants ont limité la casse grâce au phénomène cinématographique des Ch'tis !

Hygiène Santé Beauté
 ↘ chiffre d'affaires + 2,5 %
 ↘ fréquentation - 4,6 %
 (centre-ville)

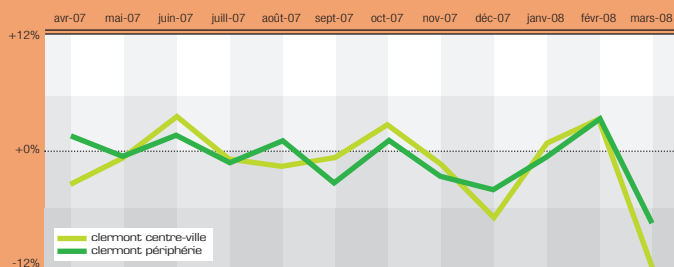
Malgré un mois de mars difficile et une fréquentation en baisse, ce secteur connaît une progression de l'activité sur le premier trimestre 2008. On constate toutefois une hétérogénéité entre, d'une part, les opticiens en progression et, d'autre part, les pharmacies / parapharmacies / parfumeries plutôt à la traîne.

contact CCI
 Mélissa Degiorgi, 04 73 43 43 34
 m.degiorgi@clermont-fd.cci.fr

Evolution du Chiffre d'Affaires



Evolution de la Fréquentation



Activité commerciale issoirienne : au 1^{er} trimestre 2008, le centre-ville prend une légère avance !

(source : Observatoire CCI du commerce issoirien)

Les mois se suivent et ne se ressemblent pas. Au premier trimestre 2008, c'est au tour du centre-ville et des petites structures de prendre le dessus sur la périphérie et les grandes surfaces. Le secteur de l'équipement de la maison supplante, quant à lui, celui de l'équipement de la personne.

Résultats globaux

- Chiffre d'affaires : - 2,3 %
- Fréquentation : - 2,6 %

En centre-ville, la bonne tenue de l'activité en janvier (avec + 5,5 % en CA) compense la baisse enregistrée en février mars (- 4 %) et permet au centre-ville d'afficher un résultat correct (- 1%) pour le trimestre.

En revanche, en terme de fréquentation, le mois de mars (+ 5,3 %) rattrape tout juste les points négatifs de janvier et février.

En périphérie, les résultats de ce 1^{er} trimestre 2008 sont plus faibles avec un chiffre d'affaires en baisse de 2,4 % et une fréquentation qui chute de 4 points. Seul février obtient des résultats positifs avec + 2,8 % en chiffre d'affaires et + 1,6 % en fréquentation.

Ce 1^{er} trimestre 2008 est marqué par un retour du chiffre d'affaires dans les petites structures qui affichent une progression de + 6,7 % alors que les surfaces intermédiaires sont à + 2,2 % et que les structures plus importantes souffrent avec - 2,5 %.

Résultats sectoriels



Ce secteur termine ce trimestre sur un bilan négatif aussi bien en terme de chiffre d'affaires que de fréquentation. Pourtant, périphérie et centre-ville affichent chacun leur tour de bons résultats sans parvenir toutefois à redresser la barre !



Secteur phare en 2007, il subit ce trimestre une baisse de chiffre d'affaires mais enregistre une très bonne fréquentation, aussi bien en centre-ville qu'en périphérie.



Avec une évolution négative de son chiffre d'affaires et une fréquentation largement positive, le panier moyen du secteur est en baisse !



Grâce à un très bon mois de février, ce secteur est le seul à afficher une évolution positive de son chiffre d'affaires. Bien orientée en janvier et février, la fréquentation a chuté en mars, générant un résultat négatif.

Au final, ce 1^{er} trimestre 2008 est marqué par une évolution négative du chiffre d'affaires de la plupart des secteurs d'activité. Seul l'équipement de la maison s'en sort plutôt bien.

Au niveau de la fréquentation, les secteurs "équipement de la personne" et "culture loisirs" connaissent une évolution positive, mais leur panier moyen est en baisse.

contact CCI |
Valérie Veissière, 04 73 89 78 28
v.veissiere@clermont-fd.cci.fr

Commerçants, intégrez nos panels !

A Clermont comme à Issoire, la CCI de Clermont-Ferrand / Issoire a mis en place un observatoire mensuel d'évolution de chiffre d'affaires sur les deux espaces marchands : le centre-ville et la périphérie. Pour réaliser ce suivi d'activité, elle s'appuie sur Actiscope, un outil spécifique créé par l'UCCIMAC (Union des CCI du Massif central).

Sur Clermont, plus de 80 chefs d'entreprises communiquent tous les mois leurs chiffres d'affaires et de fréquentation à la CCI.

Sur Issoire, ils sont déjà une trentaine à renseigner l'observatoire.

Vous êtes commerçants clermontois ou issoiriens et souhaitez recevoir ces chiffres tous les mois, rejoignez nos panels en appelant nos services.

En savoir plus :

- Observatoire clermontois : Mélissa Degiorgi, 04 73 43 43 34 - commerce@clermont-fd.cci.fr
- Observatoire issoirien : Valérie Veissière, 04 73 89 78 28 - v.veissiere@clermont-fd.cci.fr

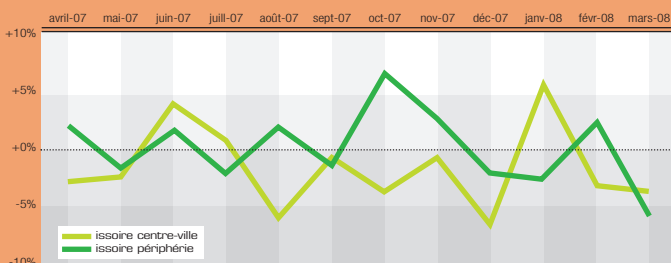


observatoire

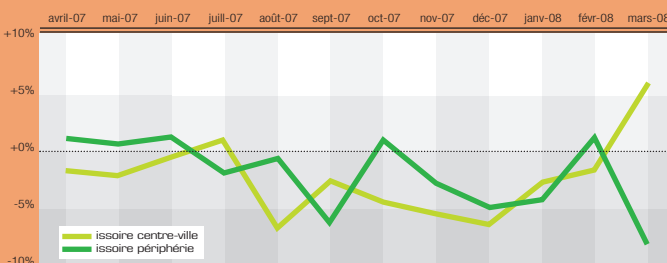
issoire

suivi mensuel de l'activité commerciale

Evolution du Chiffre d'Affaires



Evolution de la Fréquentation





association

cournon

issoire

Les achats en francs ont encore de beaux jours devant eux si on s'en réfère au succès remporté par l'opération "Commerces en francs", organisée en mars dernier par l'association "Cournon Commerçants et Artisans".

Franc succès pour l'opération "Commerces en francs" à Cournon



«Grâce à une bonne communication, cette opération nous a permis de toucher une nouvelle clientèle»

Pascal Boitel, président de Cournon Commerçants et Artisans

En 2001, le franc a cédé la place à l'euro. Pour autant, il n'a pas disparu. Nombreuses sont les personnes qui conservent au fond d'un tiroir ou d'une boîte des francs oubliés. Il resterait dans les bas de laine des Français près de 1,3 milliard de francs !

Fort de constat et dans un contexte où le pouvoir

d'achat demeure une des préoccupations majeures de tout un chacun, l'association "Cournon Commerçants et Artisans" a organisé, en collaboration avec la Ville de Cournon, une opération originale "Commerces en francs", une première dans le Puy-de-Dôme. Plus de trente commerçants

ont ainsi décidé d'accepter les paiements en francs pendant tout le mois de mars.

Des annonces dans tous les médias régionaux – télé, radio ou papier – un affichage dans les rues, une annonce sur le site Internet de la Ville ainsi que des affichettes sur les vitrines de commerçants et dans les cabinets médicaux... pour assurer le succès de l'opération, les organisateurs ont mené une très forte campagne de communication qui a incontestablement porté ses fruits. Au final, entre coupures de 20, 50, 100, 200 ou 500 francs, ce sont 90 000 francs qui sont revenus dans l'escarcelle des participants ! Nombre de nouveaux clients, venant de Cournon, de Clermont mais aussi des départements limitrophes, ont saisi l'occasion de liquider leurs derniers francs et ont ainsi découvert l'offre commerciale de Cournon. Les effets de l'opération sont encore manifestes, comme le souligne Pascal Boitel, vice-président de l'association : «Nous avons encore des clients qui viennent nous payer en francs, ce que nous acceptons toujours !»

contact CCI

Stéphane Herman, 04 73 43 43 86
s.herman@clermont-fd.cci.fr

Avec l'OCI, chacun choisit son été

Classique, culturel, touristique, sportif, nocturne ou shopping, avec l'Office de Commerce d'Issoire, l'été se décline au goût de chacun.

Comme tout au long de l'année, l'été à Issoire c'est l'occasion de faire du shopping grâce à une offre commerciale diversifiée et de qualité proposée par quelque 300 professionnels. Pour renforcer la fréquentation des commerces en cette période d'affluence touristique, l'Office de Commerce d'Issoire joue cet été encore sur l'attrait de la flânerie en organisant des manifestations qui ont déjà fait leur preuve.

Des marchés nocturnes

Devant le succès de la première édition lancée en 2007, la Chambre syndicale des marchés du Puy-

de-Dôme renouvelle l'opération "Marchés nocturnes". Ces marchés se tiendront les lundis soirs, en alternance :

- place de la République : 7 et 21 juillet - 4 et 18 août
- plan d'eau du Mas : 14 et 28 juillet - 11 et 25 août

Des brocantes et vide-greniers

Organisées par l'OCI en partenariat avec Auvergne GS Organisation, ces manifestations se dérouleront place de la République le 24 juillet et le 13 août. La partie vide-greniers est ouverte aux exposants particuliers qui résident sur le canton d'Issoire exclusivement.

Une expo à la Galerie du Pont

Du 4 juillet 3 août, la Galerie du Pont expose au féminin.

Christiane Bergoin, artiste peintre, présentera ses œuvres, essentiellement des huiles et quelques aquarelles.

Monique Répérant sculpte sur stéarite ou pierre à savon. L'artiste s'exerce depuis peu au travail de la terre.

En savoir plus :
Office de Commerce d'Issoire, 04 73 55 22 55
oci4@wanadoo.fr



«Une bonne vision des autres établissements»
Aurélie Prudhon, Hôtel Mercure "



tourisme

clermont

hôtels

CLUB HÔTELIER CLERMONTOIS Le "Passport Réceptionniste" pour un meilleur accueil de la clientèle



Depuis sa relance en 2004, le Club Hôtelier Clermontois multiplie les initiatives pour promouvoir l'offre d'hébergement de la métropole régionale et favoriser le développement des professionnels. Le Challenge "Passport Réceptionniste" en est une récente illustration.



«Notre objectif : apporter la meilleure réponse à nos clients»

Yves Giraud,
président du Club Hôtelier Clermontois

Regroupant 46 établissements et concentrant 60 % des chambres de la grande agglomération clermontoise, le Club Hôtelier Clermontois (CHC) a pour principal objectif d'optimiser la gestion des flux de clientèles, tout en assurant la promotion de l'Auvergne et de sa capitale. «En termes clairs, il s'agit de faire venir et revenir la clientèle en nombre» rappelle Yves Giraud, président du club. Dès le début, les adhérents du CHC ont décidé d'agir pour améliorer les pratiques de renvoi de clientèle entre les établissements adhérents. Le challenge "Passport Réceptionniste" - A la découverte des hôtels du Club Hôtelier Clermontois" s'inscrit dans cette lignée. «Un client mécontent est un client perdu ! Notre premier souci est donc de lui apporter la meilleure réponse, même lorsque nous affichons complets. Il s'agit dans ce cas de l'orienter vers l'établissement qui lui convient le mieux. Encore faut-il connaître la concurrence, ce qui n'est pas toujours la réalité. D'où l'idée de ce challenge» explique Yves Giraud.

Cette opération vise à inciter les réceptionnistes à mieux connaître les hôtels membres du CHC et à favoriser les renvois inter-hôtels. Le principe en est simple : chaque participant doit visiter dix établissements du CHC dont six dans la catégorie de celui où il travaille. Les visites sont visées sur un passeport qui, une fois rempli, donne droit à quatre places de cinéma. Pour être encore plus incitatif, les organisateurs ont programmé un tirage au sort, sur la base de question subsidiaire, doté de lots attractifs : un week-end pour deux personnes en demi-pension, un repas gastronomique pour deux personnes et un soin du corps et accès au bain à Royatonic. Ainsi au printemps dernier, 15 établissements et 26 réceptionnistes ont participé à ce challenge qui se concrétise donc par 260 visites d'établissements.

Vos contacts Club Hôtelier Clermontois

- Président :
Yves Giraud, *Mercure Centre Clermont*
- Vice-présidents :
- Delphine Levadoux, *Novotel*
- Valéry Esbelin, *Relais des Puy*
- Trésorier :
Emmanuel Bastet, *Ibis Herbet et Montferrand, Etap hôtel Montferrand*
- Trésorier-adjoint :
Abdou Fenjiro, *Hôtel de Bordeaux*
- Secrétaire :
Patrick Gauyacq,
Hôtel des Puy Arverne
- Secrétaire-adjoint :
Mathieu Belon,
Hostellerie Saint-Martin

Du côté des réceptionnistes, l'écho est largement positif comme l'exprime Aurélie Prudhon qui officie à l'hôtel Mercure : «Ces visites nous permettent de mieux positionner notre produit. Nous avons maintenant une bonne vision des autres établissements, ce qui nous permet de mieux satisfaire aux attentes de notre client et de le sécuriser. Pour moi, cette opération est une bonne initiative d'autant plus que je venais d'arriver à Clermont, ça m'a permis de m'approprier plus vite mon environnement professionnel».

Le bilan de cette première édition conforte le Club Hôtelier Clermontois qui entend bien renouveler l'opération chaque année. Il compte même aller plus loin en lançant un challenge au niveau des écoles hôtelières pour motiver les jeunes en stage.

En savoir plus :
www.hotels-clermont.com

contact CCI | Elise Serin, 04 73 43 43 93
e.serin@clermont-fd.cci.fr



tourisme
congrès
développement

L'Auvergne se positionne sur le tourisme d'affaires

L'association Auvergne Convention Bureau, constituée en 2007 sous l'impulsion du Comité Régional de Développement Touristique d'Auvergne et avec le soutien de la région Auvergne, valorise les atouts de la région dans le tourisme d'affaires.

Nouvelle force de frappe pour positionner l'Auvergne sur le marché très concurrentiel du tourisme d'affaires, Auvergne Convention Bureau interpelle ainsi les organisateurs d'événements sur ses documents de promotion : «Donnez un effet volcan à vos rencontres d'affaires». Le ton est donné et les moyens sont mis en place pour conquérir cette clientèle exigeante.

Ses missions

- Rassembler les réseaux existants, organiser et unir les différents secteurs du tourisme d'affaires pour proposer des produits et des prestations adaptés à chaque manifestation.

- Auvergne Convention Bureau étudie la faisabilité des demandes d'organisateur de tous types de rencontres d'affaires et trouve, parmi son réseau de professionnels engagés, les solutions les plus adaptées à leur cahier des charges.

- Son rôle est de faciliter les contacts, conseiller en toute objectivité, suivre les dossiers et accompagner les démarches en région si nécessaire.

Ce soutien logistique, gage de réussite, s'adresse à tous les organisateurs de congrès, conventions, séminaires, incentives, galas, salons ou expositions...

Auvergne Convention Bureau regroupe 33 adhérents qui représentent une centaine de prestataires signataires d'une charte commune. Tous s'engagent sur la qualité de l'accueil et le bon déroulement de l'événement. Ils savent concilier avec brio, modernité, authenticité et cachet.

Une équipe et une présence à Paris

- Président : Patricio Cogordan, directeur de Polydôme

- Vice-président : François Heid, directeur commercial et marketing de Vulcania

- Animation : Brigitte Barnaud

- Siège à Paris : le lieu où se concentrent la plupart des décisionnaires, acheteurs ou prescripteurs du secteur

Les atouts de l'Auvergne

- 6 villes de congrès : Clermont-Ferrand, Vichy, Montluçon, La Bourboule, Le Puy-en-Velay et Aurillac,

«C'est important de jouer collectif !»

Patricio Cogordan
Président d'Auvergne Convention Bureau

«L'Auvergne a sa carte à jouer dans le tourisme d'affaires, assure Patricio Cogordan. C'est vrai pour Clermont-Ferrand qui a de gros équipements, pour Vichy qui se distingue avec sa thématique sport, pour Aurillac avec son Prisme ou les autres villes de congrès que sont Montluçon, La Bourboule et Le Puy-en-Velay». C'est donc tout logiquement que la région s'est dotée d'une structure "Convention Bureau", au même titre que des villes comme Marseille ou Lyon, ou des régions comme l'Aquitaine ou la Bourgogne.

«Bien sûr, nous ne sommes pas une destination de premier plan à l'image de Nice, Cannes ou Marseille mais, dans la conjoncture actuelle de restriction budgétaire, les destinations auvergnates ont toutes leurs chances : on part moins aux Seychelles et l'Hexagone en profite».

Dès lors, les atouts de l'Auvergne jouent à plein : «Nos installations sont récentes et à la pointe de la technologie, nous avons une capacité hôtelière suffisante – même s'il manque encore un 4* à Clermont-Ferrand – et nous disposons d'une situation centrale. Et puis, nous sommes perçus comme des professionnels sérieux qui pratiquent un bon rapport qualité/prix et nous avons la réputation de ne pas laisser partir nos convives avec la faim !»

Même si les moyens mis en œuvre restent modestes, Auvergne Convention Bureau assure une présence et un contact unique de l'Auvergne à Paris, capitale mondiale des congrès. Un site Internet, des relations presse, des mailings ciblés, une participation à Top Résa font partie des actions b to b engagées. «Nous nous réunissons régulièrement au sein des différentes commissions de travail. C'est important de tenir un même discours et de jouer collectif».

- des sites de congrès et séminaires qui ont du caractère : architecture classée ou lignes résolument contemporaines... au cœur historique de ville ou dans de grands espaces,

- un emplacement stratégique au cœur de la France – à mi-chemin entre le Nord et le Sud, l'Est et l'Ouest – idéal pour se rassembler,

- une nature, un patrimoine, des activités, des possibilités inépuisables.

En savoir plus :
Auvergne Convention Bureau
Brigitte Barnaud
01 43 44 68 07

www.auvergne-convention-bureau.com

contact CCI

Elise Serin, 04 73 43 43 93
e.serin@clermont-fd.cci.fr



puy-de-dôme

promotion

“1, 2, 3 Puy-de-Dôme”, une incitation à s’arrêter dans le département !

Planète PuydeDôme



Le péage autoroutier de Gerzat est cette année le théâtre d’une opération de promotion organisée par l’Agence Départementale de Développement Touristique, en collaboration avec ses partenaires. Objectif : inciter les automobilistes de passage à s’arrêter pour consommer dans le département.



«Il s’agit de profiter des chassés croisés de l’été pour capter une nouvelle clientèle»

Didier Jourdain
Président de Planète PuydeDôme

L’achèvement du désenclavement autoroutier du Puy-de-Dôme ouvre de nouvelles opportunités de séduction des clientèles, toujours plus nombreuses, qui traversent notre département. L’ouverture de l’A89 et le succès de la Méridienne, avec sa gratuité et le viaduc de Millau, ont généré une croissance exponentielle du nombre de véhicules sur les tronçons autoroutiers départementaux. La barrière de Gerzat, où convergent les flux nord/sud et est/ouest, accueille ainsi des files ininterrompues de véhicules lors des grands chassés-croisés de l’été.

Ces véhicules et leurs passagers, qui ne sont dans la plupart des cas que de passage sur notre territoire, représentent une clientèle potentielle importante susceptible de s’arrêter immédiatement dans le Puy-de-Dôme, d’y revenir lors du trajet retour ou ultérieurement à l’occasion d’un séjour spécifique.

Une clientèle que Planète PuydeDôme, l’agence départementale de développement touristique (ADDT), a décidé cette année de conquérir en lui distribuant des informations et des offres promotionnelles d’arrière-saison. Chaque automobiliste, de passage

au péage lors des week-ends des 12/13 juillet, 26/27 juillet et 2/3 août, reçoit une pochette contenant :

■ “Quelques jours avec nous”, un documents de 12 pages dans lequel sont présentés les six territoires du Puy-de-Dôme* et leurs produits identitaires.

■ “1, 2, 3 Puy-de-Dôme”, un dépliant trois volets répertoriant les offres promotionnelles des partenaires de l’ADDT pour inciter les voyageurs à s’arrêter et consommer dans le département.

75 000 exemplaires de chaque document seront ainsi distribués cet été aux automobilistes de passage.

Par ailleurs, le document “Quelques Jours avec Nous” a aussi été diffusé à 620 000 exemplaires en boites aux lettres sur Montpellier, Bordeaux, Orléans, Bourges et Lyon, des villes reliées par autoroute à Clermont-Ferrand.

En savoir plus :

ADDT 63 : +33 (0)4 73 42 22 50
www.planetepuydedome.com

contact CCI

Elise Serin, 04 73 43 43 93
e.serin@clermont-fd.cci.fr

Les 6 territoires du Puy-de-Dôme

- Pays des Combrailles
- Pays de Riom-Limagne
- Clermont-Volcans
- Sancy-Volcans
- Pays d’Issoire Val d’Allier
- Livradois Forez

Partenaires pour “1, 2, 3 Puy-de-Dôme”

- Espace d’information Source Volvic
- Vulcania
- Auvergne Tourisme, agence de séjours actifs
- Club Hôtelier Clermontois
- Club Auvergne Sancy Hébergements
- La maison de La Pierre et Le Volcan de Lemptegy
- Clévacances Puy-de-Dôme
- Les Logis de France du Puy-de-Dôme
- Royatonic, centre thermoludique



RÉFORME DU CODE DE L'URBANISME ET DU PERMIS D'AMÉNAGER

Ce qui change pour les propriétaires de camping

La réforme générale du Code de l'Urbanisme est entrée en vigueur le 1^{er} octobre 2007. Elle a des conséquences directes sur l'hôtellerie de plein air.



«En reconnaissant le mobil home comme un matériel de camping, cette réforme apporte incontestablement un plus grande sécurité aux exploitants de terrains de camping».

Christian Pommier, Camping La Ribeyre

Cette réforme du code de l'urbanisme vise à apporter plus de simplicité et de garanties. Elle repose sur quatre points clés :

- **le regroupement des procédures** : la réforme fusionne les 11 autorisations et 5 régimes de déclarations existants en une déclaration préalable et 3 permis : construire, aménager, démolir ;
- **le renforcement de la sécurité juridique** : la liste des travaux soumis à permis, autorisation ou déclaration est fixée de manière exhaustive ;
- **la garantie des délais d'instruction** : un "délai de base" est fixé par décret et figure sur le récépissé remis au demandeur lors du dépôt de son dossier en mairie. Il peut être allongé si des consultations sont nécessaires, mais le demandeur connaît précisément son calendrier au bout du 1^{er} mois d'instruction ;
- **un contenu précis pour les dossiers de demande** (liste et contenu des pièces).

Quelles conséquences pour l'hôtellerie de plein air ?

Le nouveau cadre réglementaire (règles générales du code de l'urbanisme et dispositions relatives au nouveau permis d'aménager) a des conséquences directes sur les métiers de l'Hôtellerie de Plein Air.

Les exploitants de camping sont déjà familiers avec deux éléments fondamentaux qui structurent la réforme : la norme AFNOR cadrant les spécifications des mobil-homes, et les objectifs d'insertion paysagère, dans la ligne de la Charte Paysagère adoptée en 2006 par les professionnels.

Les 4 avancées de la réforme

- **Une définition plus claire** des produits et de leur condition de stationnement, en particulier pour les mobil-homes.
- **Un cadre précis** pour améliorer l'intégration paysagère des campings : le dossier du permis d'aménager doit contenir une notice paysagère qui précise les mesures retenues pour assurer l'insertion du projet dans son environnement.
- **Une simplification des démarches** (notamment pour les Habitations Légères de Loisir) et des procédures d'instruction.
- **Une plus grande souplesse** dans l'aménagement des terrains de campings.

Zoom sur l'intégration paysagère

La réforme fixe un objectif d'insertion paysagère, pour limiter l'impact visuel des hébergements et aménagements depuis l'extérieur, qui s'appuie sur trois obligations :

- les façades des installations ne doivent pas représenter plus du tiers des surfaces visibles de l'extérieur (mesurables lorsque la végétation est adulte et/ou en période estivale) ;
- l'alignement excessif des hébergements doit être limité ;
- toute remise en cause substantielle de la végétation destinée à limiter l'impact visuel nécessite un nouveau permis d'aménager.
- **Nouveauté** : le permis d'aménager doit contenir une notice d'insertion paysagère.

Les 6 étapes du permis d'aménager

- **Choisir un terrain (pour un projet de camping)** : il est nécessaire de respecter les dispositions d'urbanisme applicables au terrain, telles que définies dans le PLU. Des règles nationales et locales limitent les possibilités d'implantation.
- **Monter un dossier** : l'exploitant doit fournir des renseignements (identité, localisation, mode de gestion, période d'exploitation...) et des pièces (plans, notices d'impact et d'insertion paysagère...).
- **Déposer un dossier** : en quatre exemplaires (minimum) en mairie, en recommandé avec Accusé Réception, ou déposé contre décharge. La mairie délivre un récépissé, dont la date lance le processus d'instruction (et le délai pour instruire), et attribue un numéro d'enregistrement.
- **Instruire le dossier** : le délai de base est de trois mois. Durant le 1^{er} mois, la mairie peut signifier que le dossier est incomplet ou nécessite un délai supérieur. En l'absence de décision dans ce délai, le permis est tacitement accordé, sauf pour certaines zones particulières.
- **Délivrer le permis** : la délivrance est notifiée directement au demandeur qui doit l'afficher de manière visible sur le terrain pendant les travaux.
- **Obtenir un classement avant la mise en exploitation** : après la déclaration en mairie de l'achèvement des travaux, la demande de classement se fait auprès de la préfecture du département. Le CDAT a trois mois pour se prononcer.

En savoir plus :
www.fnhpa-pro.fr

Ce qu'il faut retenir

Les 4 situations où un nouveau permis d'aménager est nécessaire

- La création d'un terrain de camping permettant l'accueil de plus de 20 personnes ou de plus de six emplacements
- L'extension de la surface d'un terrain existant (même sans création d'emplacements)
- La remise en cause substantielle de la végétation destinée à limiter l'impact visuel
- L'augmentation de plus de 10 % du nombre d'emplacements dans le périmètre du terrain initialement autorisé

Les 4 principaux avantages de la réforme

- Les demandes de permis sont simultanées
- La liste des pièces à produire est exhaustive et ne peut pas être rallongée
- Les délais d'instruction sont confondus et non cumulables (le plus long prime mais ne s'ajoute pas)
- Le permis tacite, en cas d'absence de réponse dans les délais, devient un vrai permis.



tourisme

location

Avec Maison2, Auvergne Tourisme lance un concept de location unique en France

Suite à des études de clientèles montrant l'attachement des familles à un lieu et à des habitudes simples, l'agence "Auvergne Tourisme" lance "Maison2", un nouveau contrat de location de 35 nuits réparties tout au long de l'année.



«Avec Maison2, nous voulons doper l'activité touristique en moyenne saison»

Aurore Rodde, Auvergne Tourisme

Maison2, le nouveau concept développé par l'agence Auvergne Tourisme, s'appuie sur une idée forte : offrir à ses clients l'occasion de profiter d'une résidence secondaire sans en avoir les inconvénients. «Avec Maison2, le client dispose

d'un forfait de 35 nuits minimum à consommer, en week-end ou en semaine, entre le 1^{er} octobre et le 30 septembre ! La sélection rigoureuse des hébergements proposés – gîtes trois épis ou résidences "Clés vacances" – assure la

qualité de l'habitat et de l'environnement mais aussi de l'accueil puisque tous les propriétaires ont déjà l'expérience du tourisme» explique Aurore Rodde en charge du produit à Auvergne Tourisme. «Nous avons lancé ce produit pour doper l'activité touristique, particulièrement en moyenne saison. Nous visons une clientèle plutôt urbaine, à la recherche d'un environnement naturel et de solutions d'hébergement non contraignantes» poursuit-elle.

Ce dispositif, qui a démarré en avril dernier, a déjà attiré une cinquantaine de propriétaires dans le Puy-de-Dôme. Il faut dire que pour eux, l'intérêt est clair : «C'est la garantie d'un nombre de nuitées assurées. Le client peut en effet choisir deux semaines en période estivale et une semaine sur une autre période de vacances scolaires. Il reste ainsi 14 nuits à échelonner hors saison. De plus, deux contrats peuvent être proposés sur le même hébergement, sans pénaliser pour autant l'accueil de la clientèle touristique de passage» insiste Aurore Rodde qui compte bien prochainement élargir sa sélection de gîtes et résidences au niveau régional.

En savoir plus :

Auvergne Tourisme

Aurore Rodde, 04 73 92 84 94

aurore@auvergneturisme-resa.com

contact CCI

Elise Serin, 04 73 43 43 93
e.serin@clermont-fd.cci.fr

utile

SALON VAE Expo

Du 11 au 12 septembre 2008
Porte de Versailles - Paris

Ce salon de la vente à emporter et de la restauration urbaine et nomade est une manifestation d'envergure internationale, avec 120 exposants et 5 000 visiteurs attendus.

En savoir plus :

<http://www.exposium.fr/exposium/>

SITE INTERNET

http://www.bercy.gouv.fr/directions_services/dgccrf/profil_entreprises/index.htm

Sur son site Internet, la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes, (DGCCRF) vous propose des fiches pratiques pour vous informer et répondre à vos questions en matière de concurrence et de consommation.

ETUDE

Le commerce en 2007, une année dynamique

Cette enquête de l'INSEE, publiée dans la collection INSEE Première en juin 2008, est téléchargeable sur <http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?id=2294&>

contact CCI

Information Economique,
04 73 43 43 16
infoeco@clermont-fd.cci.fr

