

Rapport d'activités

2020



SOMMAIRE

1. INTRODUCTION

- Édito 4
- Territoire de compétence 5
- Gouvernance 5
- Chiffres clés 6
- Organigramme 7
- Axes de travail 2020 8
- Marchés prioritaires en 2020 8

2. PROMOTION

- Promotion Loisirs 9
- Actions de promotion avec Alsace Essentielle 10
- Promotion Affaires 11

3. COMMERCIALISATION

- Convention Bureau 12
- Agence Réceptive 13

4. COMMUNICATION

- Éditions 14
- Relations presse et influenceurs 16
- Sites internet 17
- Réseaux sociaux 18

5. ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS

- Focus sur les adhérents 19

6. ACCUEIL & BOUTIQUE

- Accueil et l'information du public 21
- Boutique 22

7. STRUCTURATION DE L'OFFRE

- Bilan événementiel 23
- Colmar City Pass 24
- Animations 25
- Démarche qualité 26
- Démarche de labélisation 27
- Accueil Vélo 28

8. SYNTHÈSE FINANCIÈRE page 29

9. PLANS D'ACTIONS 2021 page 30

1. INTRODUCTION

ÉDITO



L'année 2020 aura été, à tous les points de vue, particulière pour les acteurs du secteur touristique et bien entendu pour l'office de tourisme de Colmar et sa région.

Qui aurait imaginé, après une édition 2019 exceptionnelle, que les maisonnettes du Marché de Pâques ne serviraient pas en 2020 à accueillir leurs habitués exposants mais bien à porter assistance aux pharmacies et laboratoires dans le déploiement des campagnes de test COVID ? Cela aura été, pour le moins, une source de fierté pour l'ensemble des équipes, dans ce difficile contexte pandémique marqué par les annulations de Colmar Fête le Printemps, des Marchés de Noël, ainsi que le report du Festival International de Colmar.

Le brusque arrêt des mobilités internationales, et même nationales lors des confinements, les situations économiques incertaines des entreprises comme des particuliers, la longue fermeture administrative imposée aux commerces et restaurateurs ou encore le coup de projecteur intense porté sur les destinations touristiques de pleine nature auront été autant de complications dans la valorisation des richesses de notre agglomération

Ce rapport d'activité 2020 est le reflet des bouleversements de cette année hors norme. L'impact de la crise sanitaire sur toutes les branches du secteur touristique est largement présente.

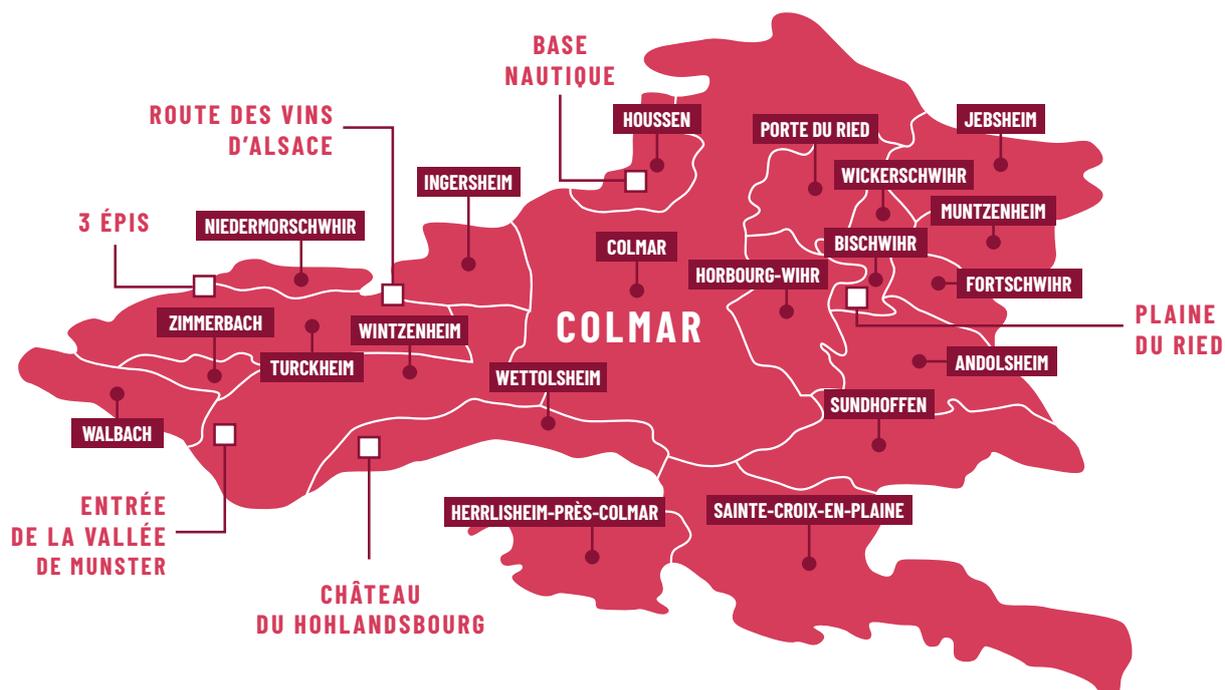
Malgré ces difficultés, l'office de tourisme a constamment recherché des solutions afin d'envisager tout de même le maintien de ses grands événements. Les équipes ont assuré le maintien du lien entre les clientèles et notre destination mais elles ont aussi su se réinventer en accueillant et en animant différemment.

D'après Chateaubriand, « Les moments de crise produisent un redoublement de vie chez les hommes » : que la saison estivale 2021, et les mois qui la suivront, lui donnent raison !

Eric Loesch
Président de l'office de tourisme de Colmar et sa région

TERRITOIRE DE COMPETENCE

Le territoire de compétence de l'office de tourisme de Colmar et sa région regroupe 20 communes.



UNE GOUVERNANCE ENTIÈREMENT RENOUVELÉE EN 2020

CONSEIL D'ADMINISTRATION

MEMBRES DE DROIT

Conseillers communautaires

Nadia HOOG
Éric LOESCH
Sylvie PEPIN-FOUINAT
Odile UHLRICH-MALLET
Olivier ZINCK
Benoit SCHLUSSEL
Laurent WINKELMULLER
Daniell RUBRECHT
Laurence KAEHLIN
Frédéric HILBERT
Jacques MULLER
Lucette SPINHIRNY

Représentant de la CCI Alsace Eurométropole Délégation de Colmar

Michel JENNY

UMIH et représentants des hôteliers restaurateurs

Jean-Jacques BETTER
Alexandre BOMO
Lucien RODRIGUEZ
Gérard RENIS
Gilles SEILER

MEMBRES ACTIFS

Représentants des Propriétaires et des copropriétaires de meublés de tourisme

Georges KARCHER
Sylvie MEYER
Christine BULBER
Bernard MOSER

Personnalités qualifiées

Olivier GLE
Jacques GEISMAR
Raphaël KEMPF
Bernard SCHAERLINGER

Représentants des commerçants

Patrick FULGRAFF
Céline KERN
Pascal SALA
Mikaël WEILL

BUREAU

Président

Eric LOESCH

1^{er} Vice Président

Jean Jacques BETTER

2nd Vice Président

Alexandre BOMO

Secrétaire

Nadia HOOG

Secrétaire adjoint

Sylvie MEYER

Trésorier

Olivier ZINCK

Trésorier adjoint

Raphaël KEMPF

Asseseurs

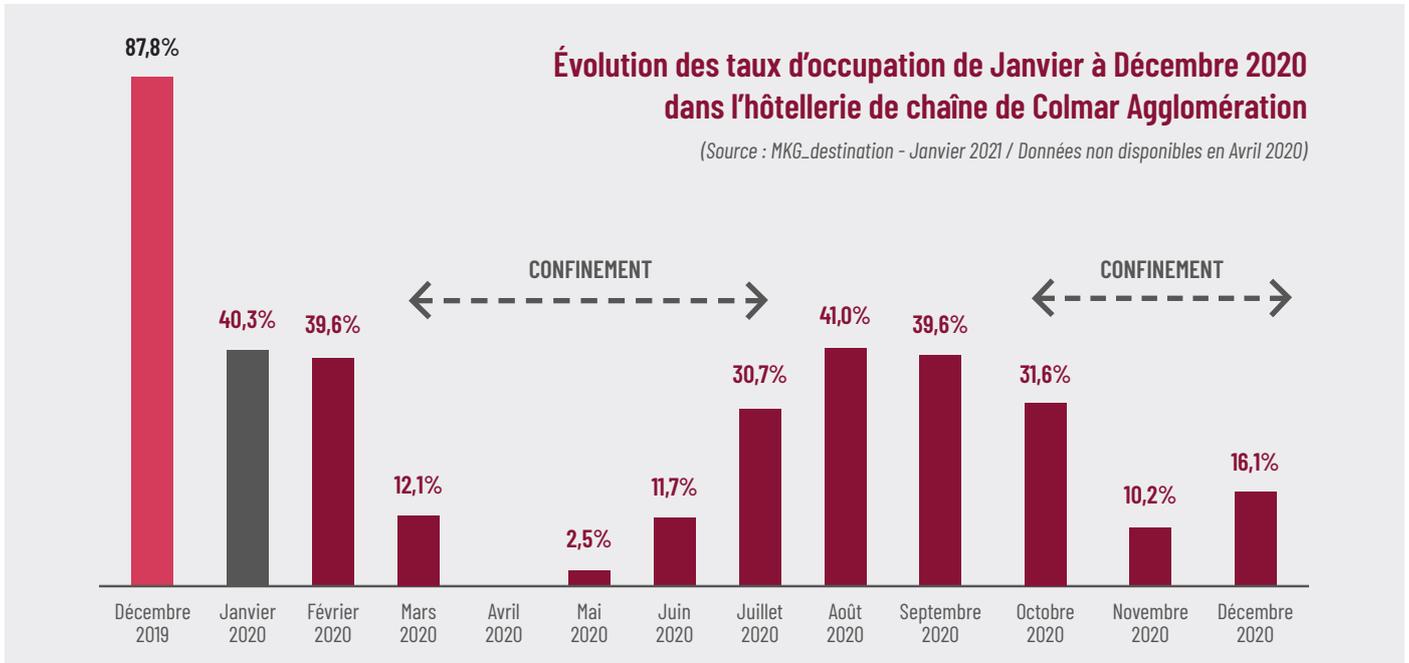
Jacques GEISMAR
Céline KERN
Jacques MULLER



Lors du Conseil d'Administration en septembre 2020, Mme Claire Weiss a été nommée à la direction de l'office de tourisme en novembre 2020.

CHIFFRES CLÉS

L'année 2020 aura été difficile pour le secteur hôtelier de l'agglomération de Colmar qui démontre usuellement des taux d'occupation particulièrement bons sur l'année, 67% en moyenne en 2019 avec un pic à 87% en décembre 2019. Ces performances remarquables couplées à une crise sanitaire aigüe expliquent une chute de performance plus brutale que dans d'autre territoire. **En 2020, le taux d'occupation moyen dans l'hôtellerie de chaîne de Colmar Agglomération aura été de 23% avec un pic d'activité au mois d'août de 41%.**



Effectifs salariés dans le secteur Hôtel, Café, Restaurant de Colmar Agglomération

Ces évolutions ont eu un fort impact sur l'emploi. Au 3^{ème} trimestre 2020, le secteur Hôtel, Café, Restaurant de Colmar Agglomération comptait 393 établissements et 2938 postes salariés.

Sur la période la plus récente couvrant les 9 derniers trimestres disponibles, les trois premiers trimestres de 2020 reflètent l'impact de la crise malgré les différentes mesures de soutien. Il en ressort notamment une chute brutale lors du confinement au printemps, suivi de l'amorce d'une reprise jusqu'à la veille du deuxième confinement.

Les effectifs du 3^{ème} trimestre 2018 au 3^{ème} trimestre 2020 (base 100 au 3^{ème} trimestre 2018)



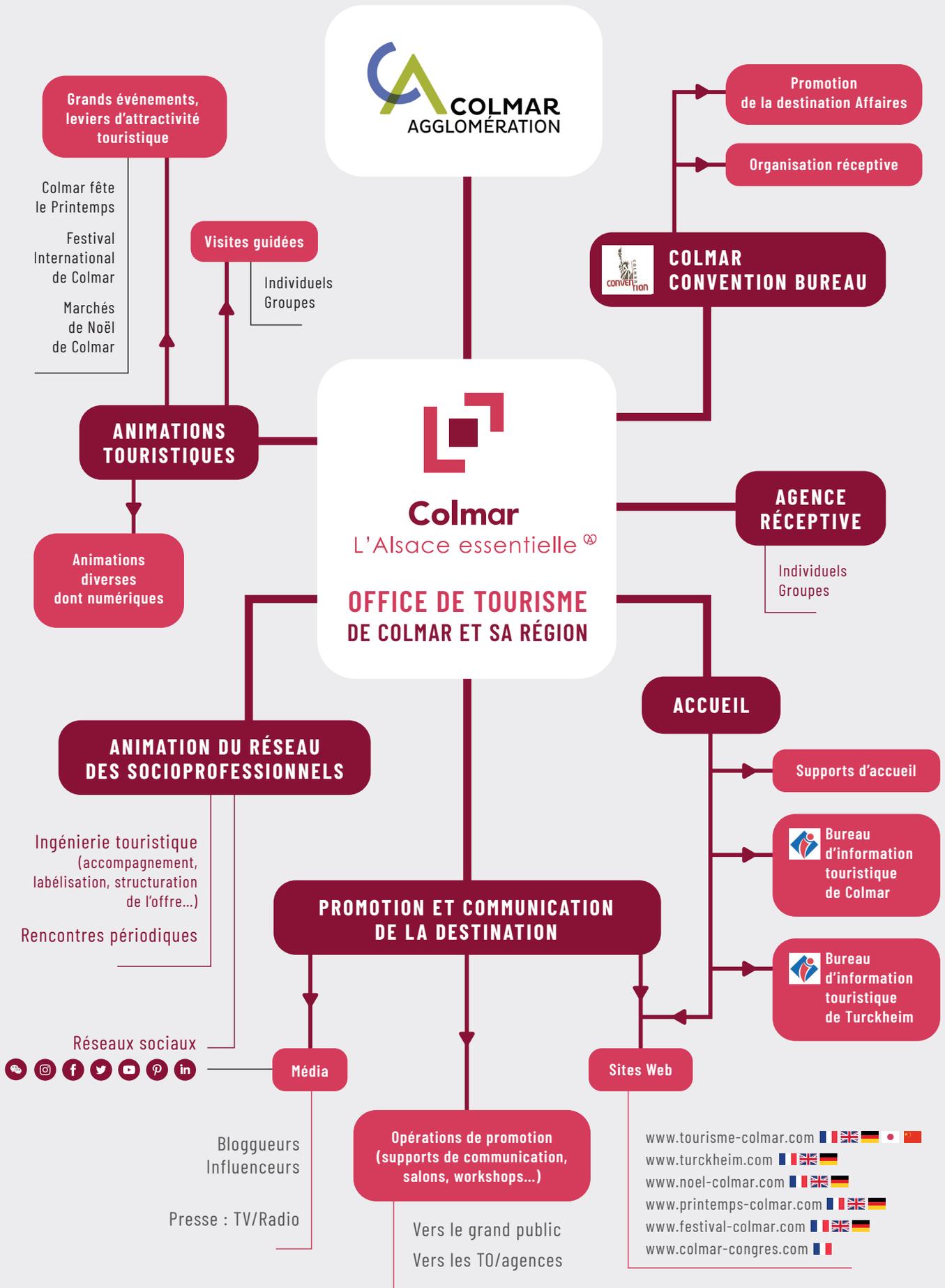
(source ADIRA 2021)



PERSPECTIVES 2021

Le 1^{er} semestre 2021 est encore marqué par une intense crise mais les perspectives données par le calendrier vaccinal national permettent d'envisager un second semestre plus favorable.

ORGANIGRAMME

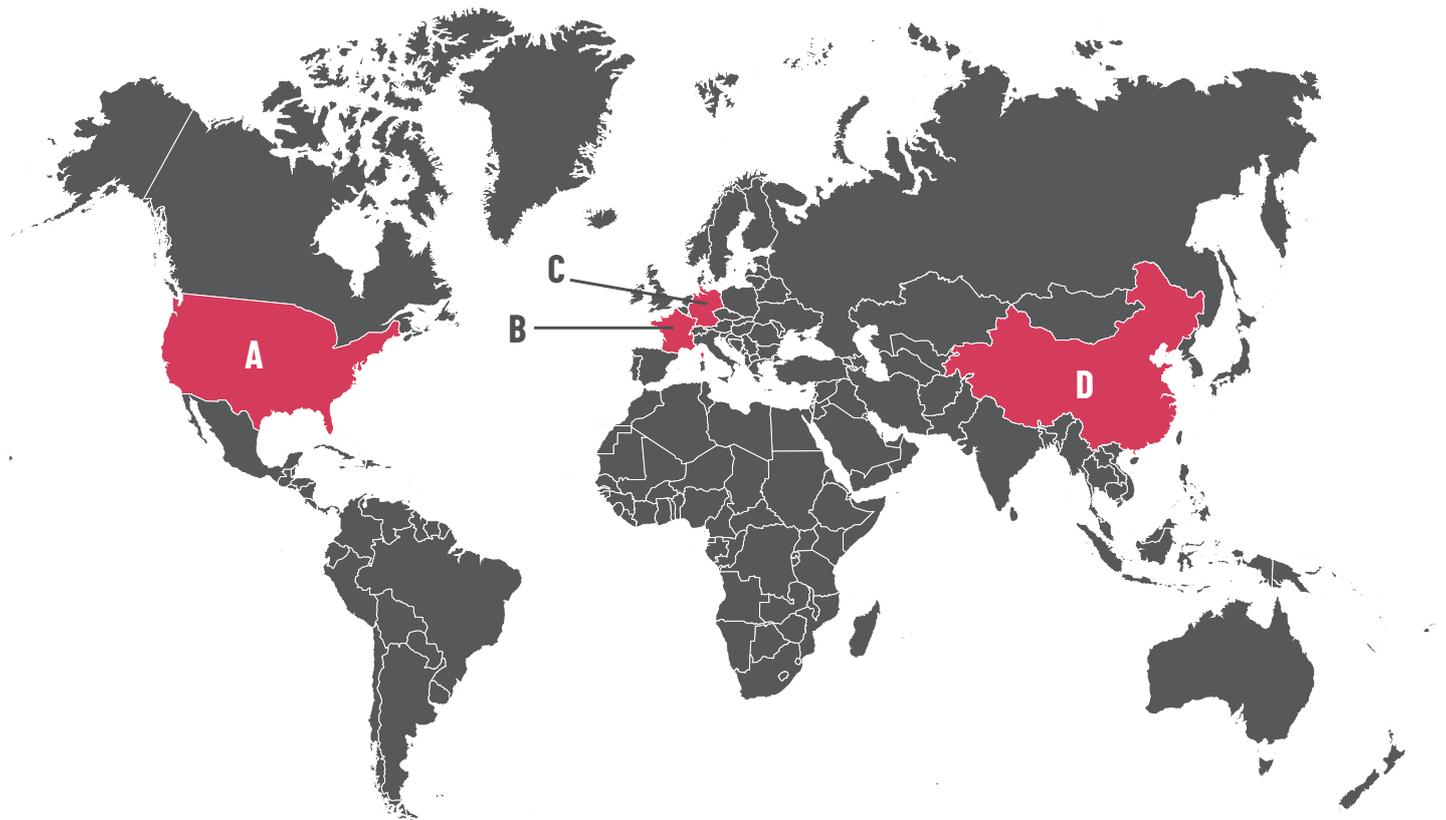


AXES DE TRAVAIL 2020

Le premier confinement de 2020 a profondément bouleversé les priorités stratégiques de l'office de tourisme.

À partir de la fin du 1^{er} semestre, les efforts se sont portés sur la mise en place de formats d'animations dans le respect des règles sanitaires, ainsi que d'un plan de relance touristique principalement axé sur les clientèles de la grande région. De plus, l'adaptation des Marchés de Noël à la situation sanitaire a demandé une réflexion profonde, innovante et très mobilisatrice pour les équipes.

MARCHÉS PRIORITAIRES



A. ÉTATS-UNIS

B. FRANCE

C. ALLEMAGNE

D. CHINE

Au début de l'année, la **Chine** faisait encore partie des marchés prioritaires, tout comme les **Etats-Unis**. **Les actions sur ces marchés ont été mises de côté très rapidement.**

L'Allemagne, autre marché prioritaire, a vu ses actions prévues profondément impactées par les restrictions de circulation.

Aussi, à partir du déconfinement de mai 2020, la **France** s'est imposée comme le marché prioritaire.



PERSPECTIVES 2021

Le marché français reste la priorité absolue avec, en prévision, des actions vers les marchés belge, allemand, suisse.

2. PROMOTION

LA PROMOTION LOISIRS

La pandémie et ses conséquences ont fortement impacté le programme de promotion 2020 de la destination. Les actions ont été reportées et parfois annulées compte tenu du changement de perspectives des marchés prioritaires.

EUROPEAN BEST DESTINATION 2020

En 2020 et pour la seconde fois consécutive, Colmar a été sélectionnée pour participer au concours European Best Destination. Face à elle, 19 grandes destinations telles Londres, Berlin, Rome...À l'issue des trois semaines de votes, Colmar a su se démarquer grâce à une stratégie de communication internationalisée. La destination a finalement remporté le titre de **Meilleure Destination Européenne 2020**.



Adobe Stock



20 DESTINATIONS EUROPÉENNES
en compétition pendant 3 semaines



COLMAR LAURÉATE



179 723 VOTES POUR COLMAR
sur 644 144 au total en 2020



208 665 € : ÉQUIVALENCE PUBLICITAIRE
des retombées presse nationale

LES ACTIONS DE PROMOTION AVEC ALSACE ESSENTIELLE

« L'Alsace Essentielle, Pays de Colmar » coordonne des actions de promotion et de communication transversales au profit des offices de tourisme de Colmar et sa région, Ribeauvillé-Riquewihr, Eguisheim-Rouffach, Pays Rhin Brisach et des Vallées de Kaysersberg et de Munster. L'année 2020 devait permettre une promotion commune sur un certain nombre de salons en France et à l'étranger, seul le salon des Vacances de Bruxelles, en février 2020 a pu être maintenu.



Mur street art Arkedia à Turckheim - Quentin Gachon

AUDIENCES :

Episode 1 : Romance Alsacienne
> **248 000 vues**

Episode 2 : Alsace, 1000 émotions
> **69 000 vues**

Episode 3 : Notre Alsace Intemporelle
> **71 000 vues**

Episode 4 : Se revigorer le corps et l'âme
> **93 000 vues**

L'ALSACE DE MAMAMA

En 2019, l'office de tourisme a démarré la production d'une série de 4 vidéos intitulées « L'Alsace de Mamama » dont le tournage s'est étalé sur presque une année.

Le fil conducteur de ces vidéos était de raconter de courtes histoires avec un personnage récurrent, Mamama, incarnée par Béatrice

Vonesch, présidente du Théâtre Alsacien de Colmar. Ces histoires invitaient les connaissances de Mamama à découvrir la région de Colmar via des lettres richement illustrées et de suivre leurs pérégrinations.

Chacune de ses connaissances incarnent une cible type de notre clientèle et chaque vidéo a permis d'imager la richesse

de l'offre du Pays de Colmar. Cette série de vidéos a également permis d'installer dans les esprits la marque de destination « Alsace Essentielle » de même qu'elle a été une occasion réussie de faire travailler ensemble les 6 offices de tourisme qui la composent.



PLAN DE RELANCE POST-COVID

Une courte vidéo a été réalisée courant avril 2020 afin de relancer de l'activité touristique et de se positionner dans les esprits de potentiels visiteurs au moment du déconfinement.

Cette vidéo intitulée « Il est l'heure de faire vibrer votre âme alsacienne » a été parmi les premières de ce type dans l'écosystème touristique alsacien et a été vue près de 90 000 fois. Elle a reçu un accueil très favorable sur les réseaux sociaux.



PERSPECTIVES 2021

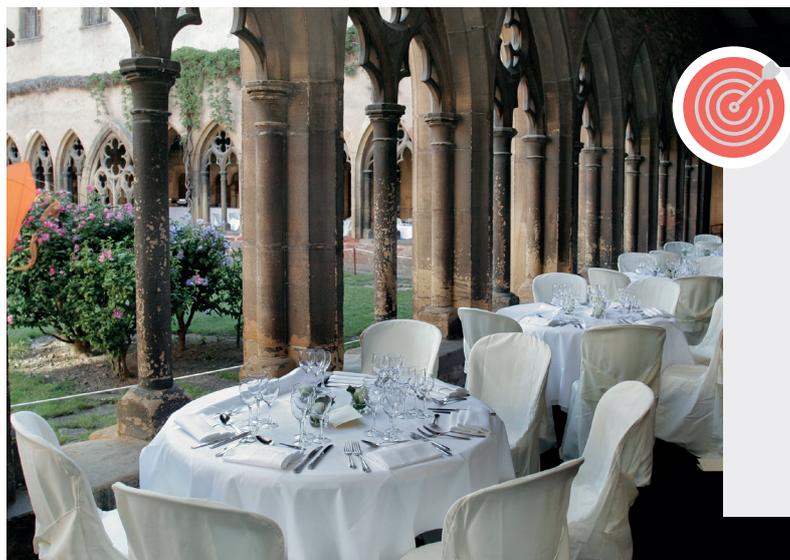
L'Alsace Essentielle continue d'accompagner les offices de tourisme en 2021 sur la relance touristique notamment par le biais de spots de **promotion vidéo diffusée sur les réseaux sociaux**, et travaille également à une **réflexion d'ingénierie touristique** à l'échelle du Pays de Colmar.

LA PROMOTION « AFFAIRES »

Colmar, ville alsacienne et culturelle à taille humaine, se démarque au niveau de ses infrastructures d'accueil pour le tourisme d'affaires. Ce sont des lieux modernes aux grands espaces modulables, des salles de caractère au cœur du centre historique, des hôtels de charme ou modernes entièrement équipés pour les réunions.

La ville compte de nombreux atouts pour proposer une offre variée et de qualité.

8 OPÉRATIONS DE PROMOTION	
Présentation du CCB à Saint Louis, séminaire sportif groupe Atlantic	janvier 2020
Salon « Pure France » à Paris	janvier 2020
Réunion MIA Convention Bureau à Strasbourg	février 2020
Salon « Heavent Meetings » à Cannes	septembre 2020
Salon « Eluceo » à Paris	septembre 2020
Workshop « Pure France »	septembre 2020
Workshop virtuel « Atout France Allemagne »	octobre 2020
Workshop virtuel « Travel in France »	octobre 2020



PERSPECTIVES 2021

Le Colmar Convention Bureau continue à promouvoir la ville et sa région lors des opérations professionnelles maintenues ou reportées en juin et en fin d'année 2021.

Le secteur est marqué par l'apparition d'événements dits « hybrides » pour lesquels les prestataires, comme le Parc Expo, ont su s'adapter.

Cloître du musée Unterlinden - Droits réservés

3. COMMERCIALISATION

CONVENTION BUREAU

Le Colmar Convention Bureau est un guichet unique qui regroupe une équipe experte de la destination et accompagne le client dans la réussite de son évènement.

Après un contact avec le client et un diagnostic de la demande et du cahier des charges, une solution sur-mesure est proposée avec assistance lors du repérage des lieux et jusqu'à l'offre finale.

Les réservations d'hôtels, transports sur place, restauration, visites, activités... sont centralisées pour un service premium.



**14 DOSSIERS
DEVISÉS**
(-57%)



**4 DOSSIERS
CONFIRMÉS***
(-69%)



180 PARTICIPANTS
(-77%)



**CHIFFRE D'AFFAIRES
DE 13 464 € (-94%)**

**1 dossier commercialisé (janvier 2020) + 3 dossiers reportés en raison de la Covid19, avec avoirs.*

CONTEXTE 2020

La crise sanitaire a fortement impacté le secteur affaires et événementiel en 2020. L'activité du Colmar Convention Bureau s'en est donc fortement ressentie.



PERSPECTIVES 2021

La mise en place d'une nouvelle plaquette de présentation de Colmar Convention Bureau et le remaniement du site internet du Colmar Convention Bureau avec une nouvelle vidéo.

L'agence réceptive accompagne le Colmar Convention Bureau par des actions de promotion, le suivi des dossiers, les échanges avec les prestataires et la création d'une base de données de l'offre affaires.



L'AGENCE RÉCEPTIVE

L'équipe de l'Agence Réceptive est experte de la destination avec une fine connaissance du terrain et des prestataires touristiques locaux. À l'écoute de ses besoins, l'équipe assiste le client dans l'organisation de son séjour dans la région :

UNE EXPERTISE :

- Analyse pointue des besoins,
- Offre personnalisée,
- Sélection des prestataires,
- Projet complet chiffré et documenté,
- Montage de programme et réservations des diverses prestations (hôtels, restaurants, guidages, transports sur place, activités...).



Un seul interlocuteur répond aux demandes en français, anglais, allemand ou italien et gère le dossier client dans son intégralité et ceci dans un souci de qualité.

LA PANDÉMIE A TRÈS FORTEMENT MARQUÉ L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE EN 2020 :



**132 DEVIS
TRAITÉS**
(-26%)



**34 GROUPES
CONFIRMÉS***
(-55%)



**CHIFFRE D'AFFAIRES
DE 52 450 €**
(-93%)



156 PARTICIPANTS
(-93%)



190 NUITÉES
(-94%)



417 REPAS
(-92%)

**En raison de la Covid-19, sur 34 groupes confirmés, seuls 4 ont maintenu leur voyage. Parmi les 30 groupes contraints d'annuler, 15 ont des avoirs en cours.*



PERSPECTIVES 2021

L'accompagnement des clients contraints d'annuler leur voyage en 2020 afin qu'ils reprogramment leur séjour est une priorité, de même que l'élargissement de l'offre à une clientèle individuelle via des forfaits et séjours accessibles toute l'année (et non plus uniquement à Noël).

La vente en ligne des séjours sera prochainement accessible.

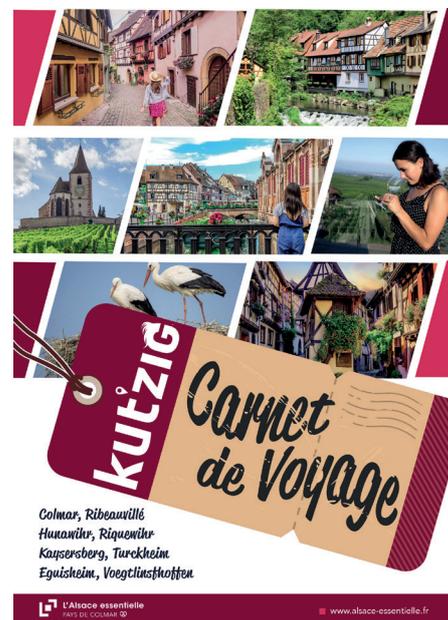
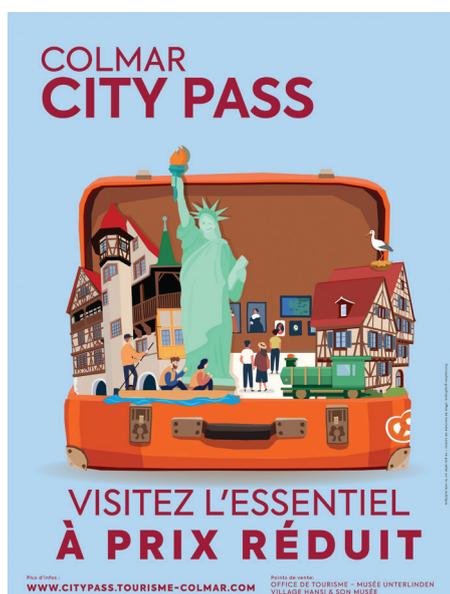
4. COMMUNICATION

ÉDITIONS

Six supports de communication sont édités afin de présenter les différents services de l'office de tourisme. La plupart de ces documents sont traduits en 3 langues (français, allemand, anglais) à l'exception des dépliantes pour les jeux de piste. Il n'y a pas eu de réédition des plans touristiques de Colmar ni de Turckheim en 2020. Les réserves étaient suffisantes.

NOMBRE D'EXEMPLAIRES ÉDITÉS	
Hôtels, Restaurants, Caves viticoles, Loisirs & Adresses pratiques 2020	60 000 exemplaires
Locations touristiques à Colmar & environs	14 000 exemplaires
Colmar City Pass	3 000 exemplaires
Kut'zig - Carnet de voyage	1 500 exemplaires
Jeu de piste 4/6 ans : Le secret des animaux de Colmar	500 exemplaires
Jeu de piste 7/10 ans : Sur la piste des enseignes	500 exemplaires

A noter que la bonne diffusion des éditions a été fortement perturbée par les deux confinements.



EDITION DE DEUX JEUX DE PISTE

Deux jeux de pistes ont été mis en place par l'office de tourisme de Colmar afin de permettre aux familles locales de revenir dans le centre ville.

LE SECRET DES ANIMAUX DE COLMAR

« Le secret des animaux de Colmar » invite les enfants de 4 à 6 ans à trouver un personnage mystère à travers les animaux sculptés sur les façades des maisons de la ville de Colmar.

Mais qui est ce personnage mystère ?

Il est le fils du dieu grec Zeus. Un jour alors qu'il était bébé, des serpents furent mités dans son berceau, mais notre héros était tellement fort qu'il les a attrapés et les a secourus dans tous les sens comme des hochets !

Lorsqu'il fut grand, les dieux décidèrent qu'il devait faire le traqueur pour prouver son courage et savoir s'il pouvait lui-même devenir un dieu grec. Ces 12 épreuves étaient très difficiles et dangereuses. Par exemple il a dû nettoyer les écuries de son ancêtre qui était si sales que tout le pays était rendu malade par la mauvaise odeur. Il a aussi dû se battre contre Cerbère, le féroce chien à 3 têtes des enfers ! Au cours de l'un des voyages, il devait faire passer un troupeau de 50 km par jour.

Il avait sa maison d'ailleurs (la le souviens-tu ? le héros jaune avec une étoile au heurt sur le blason de Colmar). Il passa en Alsace et s'arrêta près de Colmar pour déposer un peu de pain. Il était si fatigué qu'il s'endormit et se réveilla perché en haut d'un arbre. Finalement Zeus lui accorda l'immortalité dans l'Olympe, le royaume des dieux grecs.

bonus

Le demi-dieu cherche sa maison à travers ce labyrinthe. Aide-le !

Le secret des animaux de Colmar

Juste à côté de l'Office de Tourisme, à gauche, il y a un monument : ce sont les anciens bains municipaux. Observe le dessin tout du long, c'est le blason de Colmar.

Les animaux sculptés sur les maisons de la ville le connaissent. Surtout si tu fais connaissance des indices pour trouver le personnage mystère ! Attention ! Écoute les indices passés par quelques passages secrets et surprenants. Son lever les yeux ! Tu es prêt ?

Il est rouge et vert. Le héros jaune avec une étoile au heurt s'appelle une masse. Elle appartenait à un demi-dieu, un héros grec.

1 2 3 4 5 6 7

www.tourisme-colmar.com

Arrête-toi à l'angle de la rue des clés et de la rue d'Orléans, devine quel est cet animal ?
Demande à l'adulte qui t'accompagne d'écrire le mot et complète la 1^{re} lettre.
Il faut écrire cette lettre dans la case n°3.

Arrête-toi devant la façade du 7 rue Vauban.
On appelle cet animal le roi des animaux.
Demande à l'adulte qui t'accompagne d'écrire le mot et complète la 1^{re} lettre.
Il faut écrire cette lettre dans la case n°4.

Retrouve la façade du 7 place Jeanne d'Arc.
Quel est le nom de cet animal ?
Demande à l'adulte qui t'accompagne d'écrire le mot et complète la 2^e lettre.
Il faut écrire cette lettre dans la case n°5.

Retrouve cet animal sur la façade du 4 rue des boulangers.
On appelle cet animal dans la forêt.
Demande à l'adulte qui t'accompagne d'écrire le mot et complète la 3^e lettre.
Il faut écrire cette lettre dans la case n°6.

Au coin de la pharmacie du cygne, prends à droite. Va à la Maison des Tilles et retrouve cet animal, au-dessus du portail de cette belle maison du 17^e siècle.
Demande à l'adulte qui t'accompagne d'écrire le mot et complète la 4^e lettre.
Il faut écrire cette lettre dans la case n°7.

Ensuite, observe le mur qui est sur ta droite. Il y a un passage secret : longe le mur et trouve une ouverture. Passe cette petite et glisse-toi dans le petit passage tout de suite à droite.

Cay est ! Tu as trouvé le mot mystère !

www.citypass.tourisme-colmar.com

SUR LA PISTE DES ENSEIGNES

« Sur la piste des enseignes » apprend aux enfants de 7 à 10 ans, à observer les monuments et découvrir le patrimoine de Colmar, autrement et tout en s'amusant. C'est aussi le moyen de se poser les bonnes questions sur les enseignes, les façades ou les animaux qui s'affichent nombreux dans la ville.

Sur la PISTE des ENSEIGNES

Suis la petite gardeuse d'œies et retrouve l'enseigne du personnage mystère dessiné sur une enseigne !

1 2 3 4 5 6 7

Les enseignes fixées au-dessus des magasins ont été dessinées pour la plupart d'entre elles par Hansi, de son vrai nom Jean-Jacques Waltz. Les habitants reconnaissent un métier grâce à leur dessin car ils ne savaient ni lire, ni écrire. Les rues n'étaient pas numérotées. Tu trouveras un kit à la fin du jeu de pistes pour t'aider à résoudre les énigmes. Observe bien ! C'est à toi de jouer !

Départ de l'Office du Tourisme de Colmar, place Unterlinden

Tu verras le blason de Colmar représenté sur les enseignes. C'est une masse d'arme. Compte les durant le jeu.

En sortant de l'Office de Tourisme, tourne à gauche, passe devant le musée Unterlinden et tourne à droite, traverse le square.

www.citypass.tourisme-colmar.com



PERSPECTIVES 2021 :

- Création et impression d'un Guide du Partenaire, à l'attention des adhérents à l'office de tourisme.
- Création du document-guide de découverte de l'agglomération.
- Création du document pour la stratégie 2021-2025.
- Refonte du guide Hôtel-Restaurant et du guide des hébergements chez l'habitant.

RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS

Le service communication traite et accueille les demandes des médias (presse écrite, TV et radios). Ce service prospecte afin d'obtenir des parutions dans les médias que nous estimons en phase avec nos clients. Tout au long de la période pré-covid, le nombre de demandes de la part des différents médias, notamment d'influenceurs du monde entier était en croissance constante.

La proportion de demandes provenant de titres nationaux et internationaux était stable. 2020 reste une exception due à la pandémie et ses conséquences.

Quelques médias accueillis au cours de l'été et l'automne 2020 :

- TV5 Monde pour 300 millions de critiques
- France 3 Grand Est
- M6 pour *La Grande Vadrouille de Norbert*
- Blick télé - Zurich
- Hachette Guide Grand Weekend à Strasbourg
- TF1 pour le *Journal de 20h*
- M6 pour *Recherche Appartement*
- France 3 pour *Météo à la carte*



L'annulation du Marché de Noël de Colmar a entraîné une belle initiative, réactive et solidaire : la création d'un Marché de Noël virtuel. Du 20 novembre 2020 à la mi-janvier 2021, une cinquantaine d'exposants ont bénéficié d'une belle visibilité. Ils ont pu proposer leurs produits artisanaux par l'intermédiaire de la plateforme initiée par l'Association des Vitrines de Colmar. Ce Marché de Noël virtuel a été mis en place en collaboration avec l'office de tourisme de Colmar et sa région.



PERSPECTIVES 2021 :

- Des accueils presse avec nos marchés prioritaires (France, Belgique, Allemagne) sont prévus.
- Une journée avec 5 créneaux dédiée à Colmar Agglomération est organisée cet été avec la Radio France Bleu Alsace.
- Colmar reste une destination très prisée par les médias.

LES SITES INTERNET

L'office de tourisme administre une petite dizaine de sites internet dont le vaisseau amiral est www.tourisme-colmar.com. Il est accompagné de sites thématiques (événementiels ou pratiques) et s'inscrit dans un écosystème de partage de données via le LEI (Lieu d'Echange de l'Information) : base de donnée régionale administrée par l'office de tourisme auprès des différents prestataires et socioprofessionnels.

Une politique éditoriale plus riche à vue le jour en 2020 avec la création du blog de l'office de tourisme.

FRÉQUENTATION DES SITES INTERNET 2020			
Sites internet	Visites en 2020	Visites en 2019	Fréquentation
tourisme-colmar.com	318 617	670 092	- 52,452 %
turckheim.com	15 910	25 829	- 38,40 %
noel-colmar.com	98 643	374 887	- 69,36 %
festival-colmar.com	7 262	44 158	- 75,78 %
printemps-colmar.com	18 430	77 758	- 76,414 %

TOTAL

458 772 visites en 2020
1 166 885 visites en 2019
- 60,684 % entre 2019 et 2020

PAGES VUES

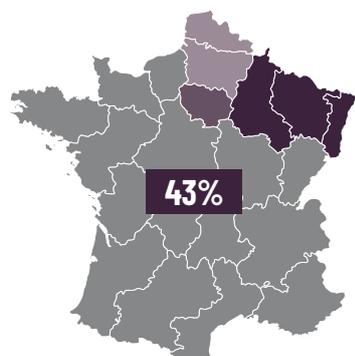
869 123 pages vues en 2020
1 931 704 pages en 2019
-55% entre 2019 et 2020

DURÉE MOYENNE DE VISITE

1mn55 en 2020
2mn42 en 2019



Taux de fréquentation des visiteurs français en 2020 :



Dont :

1. Grand Est : 42%

2. Île-de-France : 27%

3. Hauts-de-France : 7%



Taux de fréquentation des visiteurs étrangers en 2020 :



1. ÉTATS-UNIS : 19,1%*

*contre 8,6% en 2019.

Grimpe dans le top 10 et gagne 20 000 visites entre 2019 et 2020.



2. ALLEMAGNE : 17,25%



3. SUISSE : 6,2 %

Le site internet de l'office de tourisme a été visité depuis 199 pays en 2020 contre 208 pays en 2019.



PERSPECTIVES 2021 :

Mise en place de la vente en ligne pour les packages séjours et visites guidées.

LES RÉSEAUX SOCIAUX

L'office de tourisme administre et anime plusieurs comptes sur les réseaux sociaux et a réuni au fil des ans plus de 150 000 « fans », si l'on additionne les différentes audiences. L'objectif de ces pages est de faire connaître la destination et de fidéliser les touristes, de recueillir leurs avis et d'assurer un service de conciergerie via les messages privés.

La ligne éditoriale s'articule autour des principes simples : Donner une image positive de notre destination, mettre en valeur les contenus de qualité créés par nos visiteurs, informer les habitants et les touristes sur l'actualité culturelle et événementielle, donner des conseils et mettre en scène l'offre touristique et enfin d'apporter des réponses aux questions des internautes.



Ulia dyachenko - Instagram

ABONNÉS FACEBOOK

111 750 FANS

(+2000 fans, soit +2.5% d'évolution)



6 600 colmariens



1 500 habitants de Colmar Agglomération

4,48 MILLIONS DE VUES

sur les post Facebook
via 178 publications (208 en 2019)

77 000 RÉACTIONS

(68 000 en 2019)

11 000 PARTAGES

(24 000 en 2019)

5 800 COMMENTAIRES

(6 063 en 2019)

ABONNÉS INSTAGRAM

Le compte associé à l'office de tourisme est régulièrement alimenté via diverses photos de la ville et de son agglomération, ce qui lui permet d'être aujourd'hui **classé parmi les 50 premiers comptes Instagram les plus dynamiques de sa catégorie** « destinations touristiques en France » selon les résultats de l'Agence « We Like Travel »

Mai 2020 : **18 400 ABONNÉS**

Mai 2021 : **22 850 ABONNÉS***

**soit une croissance de 2,5% environ sur l'année 6 743 followers sur l'année.*

ABONNÉS TWITTER

6 743 followers sur Twitter



PERSPECTIVES 2021 :

Améliorer la ligne éditoriale en augmentant le nombre de publications avec, comme levier, la stimulation de l'esprit d'équipe (via des appels à contribution). Cela permettra notamment d'améliorer la présence de contenus liés à l'agglomération.

5. ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS

LES ADHÉRENTS DE L'OFFICE DE TOURISME DE COLMAR ET SA RÉGION



303 ADHÉRENTS



83 MEUBLÉS, LOCATIONS SAISONNIÈRES & CHAMBRES D'HÔTES

-6,25% de 2019 à 2020 (108 adhérents en 2019)



220 HÔTELS, RESTAURANTS, CAVES, COMMERCES, ACTIVITÉ, AUTRES

-6,76% de 2019 à 2020 (246 adhérents en 2019)

A noter que l'ensemble de 180 exposants des Marchés de Noël adhère également.



**30 NOUVEAUX
SOCIOPROFESSIONNELS NOUS ONT
FAIT CONFIANCE CETTE ANNÉE ET
ONT CHOISI D'ADHÉRER**

9 nouveaux adhérents meublés,
locations saisonnières et chambres
d'hôtes

21 nouveaux adhérents Hôtels,
restaurants, caves, commerces,
activités et autres



JY's - Droits réservés

GÉOGRAPHIE DES ADHÉRENTS DE L'OFFICE DE TOURISME

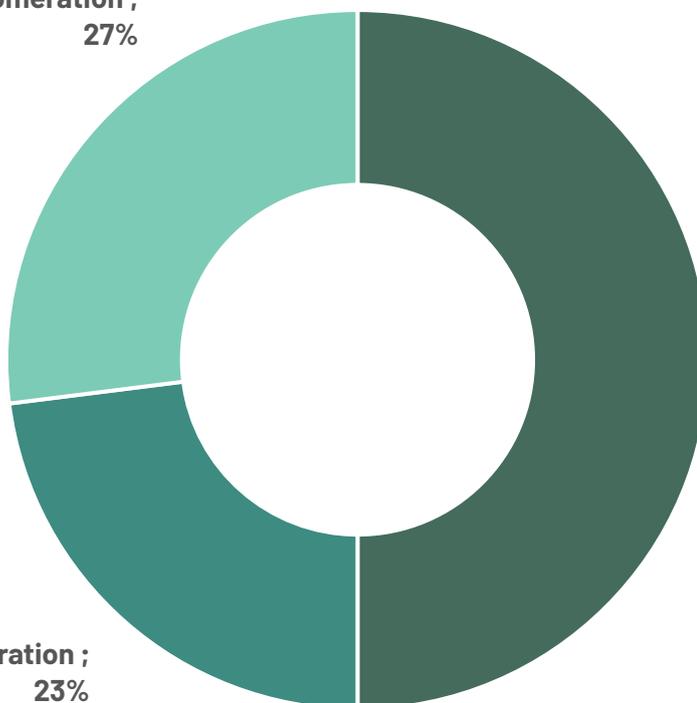


Adobe Stock

**Hors Colmar Agglomération ;
27%**

**Agglomération ;
23%**

**Colmar ;
50%**



ACTIONS RÉSEAUX 2020

La crise sanitaire et les restrictions d'activité sur le territoire n'ont pas permis de refondre les processus de la campagne de renouvellement des adhésions. Les procédures ont été reconduites à l'identique mais avec déjà une réflexion sur les nécessités d'évolution.



PERSPECTIVES 2021 :

Objectif principal pour la nouvelle campagne d'adhésion : la refonte des supports de communication dédiés aux visiteurs. En 2022, un guide unique englobera toutes les activités et les informations utiles à l'attention de nos visiteurs. Un format entièrement renouvelé et modernisé pour une meilleure visibilité des adhérents et des prestataires.

6. ACCUEIL & BOUTIQUE

L'ACCUEIL & L'INFORMATION DU PUBLIC

Suite à la pandémie les bureaux d'accueil ont été fermés 109 jours en 2020.



**18 736 VISITEURS ENTRÉS
DANS LES BIT (- 94%)**



**1 9191 DEMANDES DE VISITEURS
À COLMAR (-72%)**



**4 005 COURRIELS
ENVOYÉS (-52%)**

**4 467 DEMANDES DE VISITEURS
À TURCKHEIM (-92%)**



**7 370 APPELS DONNÉS POUR
DES RENSEIGNEMENTS (-45%)**



**TOP 5 DE L'ORIGINE DES CLIENTS
ÉTRANGERS RENSEIGNÉS**



**17 NATIONALITÉS DIFFÉRENTES
DE CLIENTS RENSEIGNÉS**

1. Allemagne
2. Pays-bas
3. Espagne
4. Belgique
5. Suisse



**NOTE GOOGLE MY BUSINESS
4.2/5 (764 AVIS)**



**NOTE TRIP ADVISOR
4.0/5 (211 AVIS)**



**NOTE FACEBOOK
4.5/5 (2665 AVIS)**



PERSPECTIVES 2021 :

Le troisième confinement a impacté l'activité d'accueil. L'équipe s'est mobilisée pour garantir à distance, un accueil de qualité.

LA BOUTIQUE

La boutique de l'office de tourisme de Colmar et sa région propose une large gamme de souvenirs estampillés Colmar (magnet, mugs, cartes postales, porte-clés, marque-page) mais aussi des cartes routières, de randonnées, de vélo ainsi que de nombreux guides touristiques sur la région Alsace.

Les produits locaux sont privilégiés par un travail avec des artisans du territoire. Le Made in Alsace est mis en avant dans l'espace boutique.



→ 2 658 d'articles vendus en 2020 (-82%)

→ 262 références en 2020



L'Office de tourisme de Colmar et sa région - OT Colmar



Les Colmar Box dans la boutique de l'Ot - OT Colmar



PERSPECTIVES 2021 :

L'offre sera adaptée et élargie aux nouvelles demandes et attentes des visiteurs. Davantage de visibilité sera accordée à notre espace boutique sur le site internet avec, à terme, de la vente en ligne.

7. STRUCTURATION DE L'OFFRE

BILAN ÉVÉNEMENTIEL 2020

Malgré sa compétence d'organisation de fêtes et de manifestations culturelles à vocation touristique, l'office de tourisme de Colmar et sa région a vu ses trois événements annulés ou reportés suite à la pandémie et ses conséquences.

COLMAR FÊTE LE PRINTEMPS

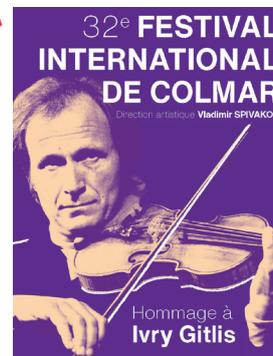
Bucolique et festif, le Marché de Printemps et ses concerts du soir lors du Festival Musique et Culture sont les rendez-vous incontournables entre artisans passionnés, artistes de talent et visiteurs de tous les horizons. Présent sur trois places emblématiques du centre historique, ce Marché de Printemps fait honneur à Pâques, fête traditionnelle en Alsace et permettent à tous de fêter l'arrivée du printemps.



FESTIVAL INTERNATIONAL DE COLMAR

Ce Festival s'est imposé en juillet depuis plus de 25 ans, comme un événement musical majeur et incontournable dans le paysage culturel alsacien, français et international.

Son objectif est de faire rayonner le territoire et de rendre la musique classique accessible à tous. Des monuments incontournables du répertoire classique y côtoient des œuvres rares et des créations.



LA MAGIE DE NOËL



Les fêtes de fin d'année annoncent traditionnellement l'ouverture des Marchés de Noël de Colmar. Reconnu bien au-delà de nos frontières les marchés de Noël sont répartis sur 5 places du centre historique qui attirent les visiteurs et procurent émerveillement et admiration à chaque coin de rue. Cet événement permet de mettre en valeur des artisans talentueux, les produits locaux mais aussi les traditions du Noël alsacien.



LE PARCOURS DE CONTES

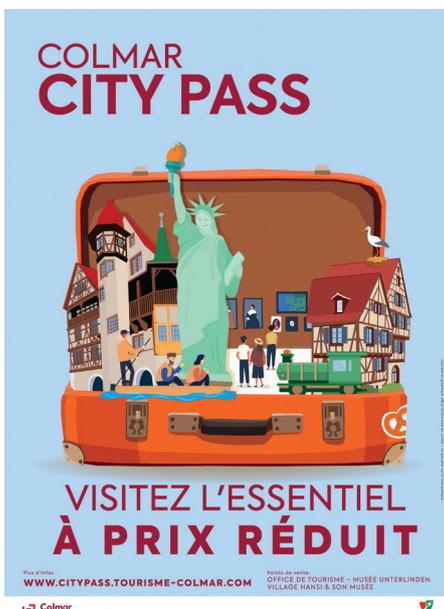
Le parcours de contes permet aux visiteurs de découvrir les légendes d'un Noël en Alsace grâce à 3 jolis contes. Sous la forme d'un parcours dans le centre historique (place de la Mairie et place des Dominicains), petits et grands ont pu écouter grâce à des QR codes, ces histoires pour s'évader le temps d'un instant.



PERSPECTIVES 2021 :

- Edition d'une plaquette du Pass avec un QR code qui mène vers le site en ligne.
- Suppression des cartes plastiques du City Pass par un petit format en papier.

COLMAR CITY PASS



En famille ou en couple, le City Pass de Colmar permet de visiter en illimité les 6 musées colmariens, découvrir le quartier de la Petite Venise lors d'une promenade en barque et d'embarquer dans le petit train touristique pour une visite de la ville.

Valable 7 jours, il offre une économie de 35% au visiteur.

- 192 City Pass en 2020 (-56%). Les ventes de juillet et août 2020 ont été stables par rapport à 2019.
- 1 185 entrées en 2020 (-58%)



PERSPECTIVES 2021 :

- Edition d'une plaquette du Pass avec un QR code qui mène vers le site en ligne.
- Suppression des cartes plastiques du City Pass par un petit format en papier.

NOUVEAUTÉS ANIMATIONS



"QUARTIER ALLEMAND : UNE NOUVELLE CONCEPTION URBAINE"

Une nouvelle visite guidée sur le quartier allemand de Colmar a été mis en place, avec un circuit soulignant le modernisme avant-gardiste de l'époque. De très nombreuses recherches historiques et documentaires ont été nécessaires en plus d'une bibliographie et d'un répertoire diversifié des maisons architecturales de caractère. Enfin, une formation a été mis en place pour former l'équipe des guides sur cette thématique.



CONTES & LÉGENDES

Dans un imaginaire tout à lui, l'historien-folkloriste et conteur Gérard Leser fait revivre les contes et légendes alsaciens qui entourent Colmar et son patrimoine local.



3 VISITES ORGANISÉES
70 PARTICIPANTS



4 VISITES ORGANISÉES
91 PARTICIPANTS



**Nombre de visites guidées
pour groupes constitués** (30 personnes)

2020 : **124**
2019 : **1768**

↘ **92,99 %**

Nombre total de participants :
2020 : **2 229**
2019 : **36 470**



**Nombre de visites guidées
individuelles**

2020 : **95**
2019 : **230**

↘ **58,69 %**

Nombre total de participants :
2020 : **4 475**
2019 : **1 673**



NOUVEAU JEU DE PISTE POUR LES ENFANTS

« **Le secret des animaux de Colmar** » invite les enfants de 4 à 6 ans à trouver un personnage mystère à travers les animaux sculptés sur les façades des maisons de la ville de Colmar.

« **Sur la piste des enseignes** » invite les enfants de 7 à 10 ans, à lever la tête et à observer les enseignes en fer forgé, dont la plupart ont été dessinées par Hansi, l'illustrateur alsacien et colmarien.



PERSPECTIVES 2021 :

De nouvelles visites guidées seront créées et le cycle de programmation estival sera remanié pour faire place à plus de diversité.

DÉMARCHE QUALITÉ



La marque Qualité Tourisme™ a été développée par l'Etat. Elle certifie le professionnalisme et l'excellence des prestations des professionnels du tourisme.

CINQ BONNES RAISONS L'OT DE COLMAR ET SA RÉGION D'INITIER CETTE DÉMARCHE :



S'ENGAGER

dans une démarche de progrès : améliorez la qualité sur le long terme, au-delà de la seule obtention de la marque



FÉDÉRER

son équipe autour d'une démarche collective et motivante : promotion, réservation, accueil



BÉNÉFICIER D'UN REGARD EXTÉRIEUR

grâce à l'audit externe et aux avis clients, repérez vos marges de progrès et optimisez vos performances.



DÉVELOPPER

une notoriété positive : optimisez la satisfaction client et votre réputation en plaçant le client au cœur de votre stratégie.



SE DÉMARQUER

de la concurrence : gagnez en visibilité en obtenant la reconnaissance officielle Qualité Tourisme™.



PERSPECTIVES 2021 :

Obtenir la marque Qualité Tourisme pour l'office de tourisme de Colmar et sa région ainsi que le classement en 1^{ère} catégorie.

DÉMARCHES DE LABÉLISATION



VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

Créé en 2009 par les Ministères du Tourisme et de l'Agriculture, le label « Vignobles & Découvertes » est attribué par Atout France, après recommandation du Conseil Supérieur de l'œnotourisme. Ce label vise à distinguer les destinations proposant une offre complète, correspondant à une pratique de court séjour, pertinente sur la thématique du vignoble et de qualité. **La Route des Vins d'Alsace dans sa totalité est aujourd'hui labélisée.** L'office accompagne également les presataires dans cette démarche.



Action 2020

Participation à la mise en place du « Fascinant Week-End » : organisé pour la première fois en 2020 en Alsace, en Champagne et en Occitanie. Cette animation avait pour but de faire venir les touristes dans ces territoires viticoles en leur proposant des activités de qualité au plus près du vigneron.

Il offre à ses participants un ensemble d'événements festifs et ludiques pour faire visiter et découvrir l'univers du vignoble. Cette 1^{ère} édition aura permis de valoriser toutes les activités œnotouristiques de notre Route des Vins labellisée « Vignobles et Découvertes » et d'offrir une véritable vitrine à l'œnotourisme.

Le Fascinant Week-end

VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

15 / 18 OCTOBRE 2020



PERSPECTIVES 2021 :

Le Fascinant Week-End® revient en octobre 2021 et l'objectif est de faire travailler l'ensemble de nos acteurs labellisés pour créer des activités qualitatives et diversifiées. Les producteurs locaux seront associés afin de favoriser le dynamisme des destinations viticoles et le maillage territorial et local.



Depuis quelques années, la France connaît un regain de l'activité cyclotouristique et aujourd'hui, pas loin de 21 millions de français pratique le vélo pendant leurs vacances et 30% des touristes à vélo sur notre territoire sont étrangers. La Route des Vins d'Alsace fait partie des territoires où le cyclotourisme connaît une croissance certaine. Afin de répondre à la demande et d'encourager la fréquentation sur les ailes de la saison touristique, l'office de tourisme de Colmar et sa région en collaboration avec la ville de Colmar, son agglomération et d'autres institutions locales, favorisent le développement et la promotion des itinéraires existants et en devenir auprès d'une clientèle locale, nationale et internationale.



Action 2020

Élaboration de la stratégie cyclotourisme :

Afin de développer la pratique du vélo sur le territoire, l'office de tourisme de Colmar et sa région souhaite mettre en place des partenariats avec les acteurs du secteur et développer les événements à destination d'une clientèle soucieuse de découvrir les richesses du patrimoine en tout genre de manière plus éco-responsable.



PERSPECTIVES 2021 :

- Développement du Label Accueil vélo auprès des prestataires.
- Renforcement de la promotion

8. SYNTHÈSE FINANCIÈRE

	2020	2019	2018
Ressources associatives	1 389 323 €	1 203 344 €	1 143 791 €
Ventes + Production de l'exercice	194 215 €	2 274 464 €	2 219 731 €
Transferts de charges	22 752 €	18 939 €	9 478 €
Reprises sur provisions	4 422 €	14 822 €	56 517 €
Autres produits d'exploitation	335 €	540 €	212 €
Total des produits d'exploitation	1 611 046 €	3 512 109 €	3 429 729 €
Achats consommés	66 047 €	793 758 €	738 341 €
Autres achats et charges externes	573 483 €	1 240 241 €	1 151 762 €
Impôts et taxes	52 234 €	76 318 €	71 850 €
Charges de personnel	824 947 €	1 442 137 €	1 450 278 €
Dotations aux amortissements	23 406 €	40 899 €	46 042 €
Dotations aux provisions	108 874 €	47 094 €	(29 594 €)
Autres charges d'exploitation	116 €	292 €	159 €
Total des charges d'exploitation	1 649 106 €	3 640 739 €	3 428 848 €
Résultat d'exploitation	-38 060 €	-128 630 €	881 €
Résultat financier	842 €	4 108 €	1 976 €
Résultat courant	-37 218 €	-124 522 €	2 857 €
Résultat exceptionnel	7 959 €	2 363 €	13 500 €
Résultat de l'exercice	-29 259 €	-122 159 €	16 357 €

9. PLAN D' ACTIONS 2021

A CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE PARTAGÉE

- Rencontres des élus de l'agglomération
- Mise en place de temps d'échange et de production concertés
- Travaux internes de mise en perspective de l'offre de la destination

B ANTICIPER UNE RELANCE DE L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

- Opérations de promotion sur les marchés cibles de proximité
- Déploiement des outils numériques de commercialisation adaptés
- Organiser Colmar Fête le Printemps
- Organiser le Festival International de Musique Classique
- Organiser La Margie de Noël à Colmar

C FÉDÉRER LES SOCIOPROFESSIONNELS

- Structurer les modes de communication et d'échanges d'information
- Refondre les cadres du partenariat pour une meilleure efficacité partagée

D STRUCTURER L'OFFRE AU NIVEAU DE L'AGGLOMÉRATION

- Adapter les outils de médiation au territoire communautaire
- Déployer la démarche qualité

E OPTIMISER ET RESTRUCTURER L'ORGANISATION INTERNE EN PHASE AVEC NOUVEAUX DÉFIS

- Favoriser la transversalité des compétences
- Accommoder le modèle économique au défi de la crise sanitaire



Colmar
L'Alsace essentielle [®]

**Office de tourisme
de Colmar et sa région**

8 rue Kléber
68000 Colmar - FRANCE
Tél. : +33 (0) 3 89 20 68 92
info@tourisme-colmar.com

-  facebook.com/colmar.alsace
-  twitter.com/Colmar_tourisme
-  youtube.com/Ot-colmarFr
-  instagram.com/colmar_tourisme

www.tourisme-colmar.com