

# Rapport d'activités 2022



# 1. INTRODUCTION

## RAPPORT MORAL



**L'année 2022 est définitivement l'année de la reprise pour l'ensemble du tissu touristique de l'agglomération de Colmar. Pour la première année depuis 2019, presque tous les grands événements qui rythment l'année touristique ont pu se tenir et les clientèles internationales se sont montrées au rendez-vous.**

L'Office de Tourisme a poursuivi le déploiement de la stratégie 2021-2025 qui vise notamment à renforcer la visibilité de chacune des communes de l'agglomération. Celles-ci avaient déjà pris un relief particulier ne serait-ce que par l'approche et la réflexion dont elles avaient déjà fait l'objet de la part de toute l'équipe, mais cet élan s'est poursuivi rendant toujours plus palpable le tournant durable que notre destination doit prendre.

Tous les supports de communication de l'OT ont ainsi fait la part belle à l'ensemble du territoire, la refonte du *Guide de Découverte* de la destination et la création du guide *En Balade autour de Colmar* en étant les fers de lance.

La programmation événementielle, stratégie particulièrement importante sur notre territoire, a également repris le chemin de la normalité avec le retour de *Colmar Fête le Printemps*. Les événements géopolitiques en Ukraine ont malheureusement empêché le *Festival International* d'avoir lieu. Les équipes de l'Office de Tourisme ont continué de s'adapter à un contexte contraint, des réglementations nouvelles, des problématiques d'inflation et de pouvoir d'achat des visiteurs comme des commerçants et exposants et grâce à cela les Marchés de Noël 2022 ont été un beau succès.

Toute l'équipe de l'Office de Tourisme de Colmar et sa région est déjà au travail pour participer à une année 2023 qui s'annonce encore plus dense en termes d'activité touristique.

*Eric Loesch*

# SOMMAIRE

## 1. INTRODUCTION

- Édito **2**
- Territoire de compétence **4**
- Gouvernance **4**
- Le rôle d'un Office de Tourisme **5**
- Organigramme **6**
- Chiffres clés **7**
- Bilan synthétique du plan d'action 2022 **9**
- Marchés prioritaires en 2022 **12**

## 3. COMMUNICATION

- Éditions **16**
- Nouveauté 2022 **17**
- Relations presse & influenceurs **18**
- Sites Internet **19**
- Réseaux sociaux **20**

## 5. ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS

- Développement partenaires **26**
- Echanges avec les partenaires **27**

## 7. STRUCTURATION DE L'OFFRE

- Guide découverte de la destination **30**
- Bilan événementiel **31**
- Marque Qualité Tourisme **35**
- Démarches de labélisation **36**

## 9. RESSOURCES HUMAINES

- Faits marquants **38**

## 2. PROMOTION

- Promotion Loisirs **13**
- Actions de promotion avec Alsace Essentielle **14**
- Promotion Affaires **15**

## 4. COMMERCIALISATION

- Visites guidées **22**
- Colmar City Pass **23**
- Agence réceptive loisirs **24**
- Convention Bureau : réceptif affaires **25**

## 6. ACCUEIL & BOUTIQUE

- Accueil et information du public **27**
- Boutique **28**

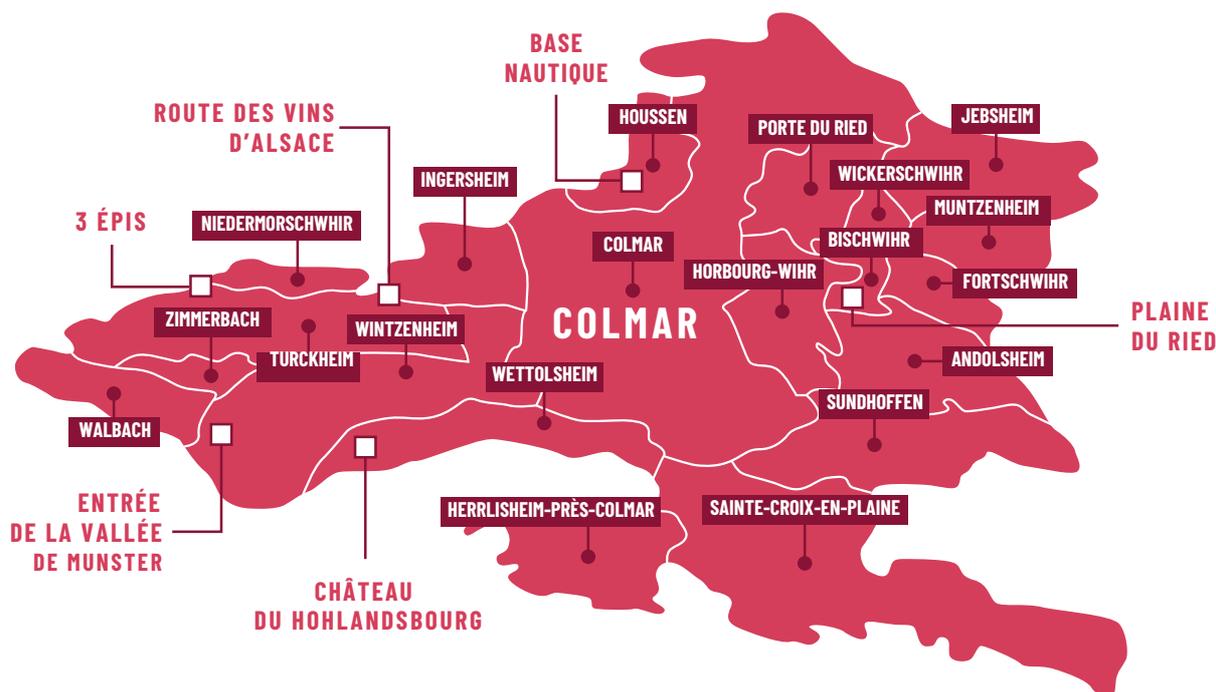
## 8. SYNTHÈSE FINANCIÈRE

- Synthèse financière **37**

## 10. PLAN D'ACTION 2022

- Plan d'action 2022 **39**

## TERRITOIRE DE COMPÉTENCE



## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### MEMBRES DE DROIT

#### Conseillers communautaires

Éric LOESCH  
Sylvie PEPIN-FOUINAT  
Odile UHLRICH-MALLET  
Olivier ZINCK  
Benoit SCHLUSSEL  
Laurent WINKELMULLER  
Daniell RUBRECHT  
Laurence KAEHLIN  
Frédéric HILBERT  
Benjamin HUIN  
Lucette SPINHIRNY  
Michèle SENGELEN CHIODETTI

#### 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

Sylvie MEYER  
Christine BULBER  
Bernard MOSER

#### Représentants des commerçants

Patrick FULGRAFF  
Céline KERN  
Pascal SALA  
Mikaël WEILL

#### Personnalités qualifiées

Olivier GLE  
Jacques GEISMAR  
Raphaël KEMPF

### BUREAU

#### Président

- Eric LOESCH

#### 1er Vice Président

- Jean Jacques BETTER

#### 2nd Vice Président

- Alexandre BOMO

#### Secrétaire

- Benjamin HUIN

#### Secrétaire adjoint

- Sylvie MEYER

#### Trésorier

- Olivier ZINCK

#### Trésorier adjoint

- Raphaël KEMPF

- Jacques GEISMAR
- Céline KERN
- Benoit SCHLUSSEL

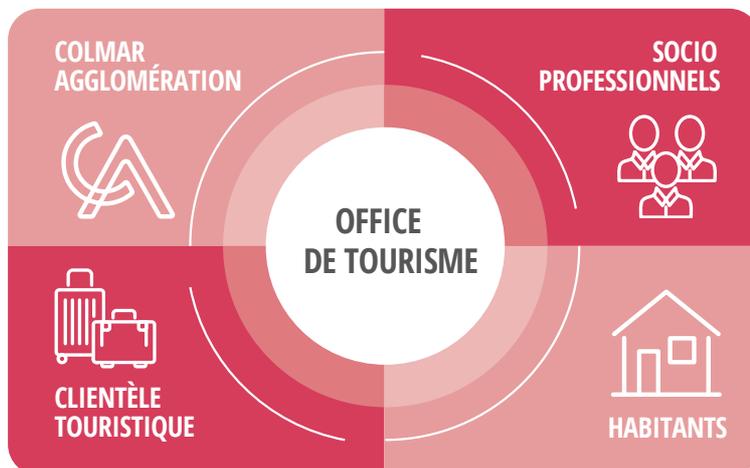


L'Office de Tourisme a eu la douleur de perdre en 2022 trois administrateurs de longue date : M. J. Muller, M. B. Schaerlinger et M. G. Karcher.

## LE RÔLE D'UN OFFICE DE TOURISME

L'office de tourisme occupe une position stratégique dans l'organisation touristique des territoires et se situe à l'interface :

- de la collectivité intercommunale qui lui confie la "compétence tourisme"
- des prestataires qui bénéficient des prestations mises en oeuvre par l'OT
- des consommateurs de l'offre de tourisme et de loisirs, qu'ils soient habitants ou touristes.



## CADRE LÉGISLATIF

Les intercommunalités auxquelles la compétence tourisme a été transférée, comme Colmar Agglomération, peuvent instituer des offices de tourisme et en déterminer le statut.

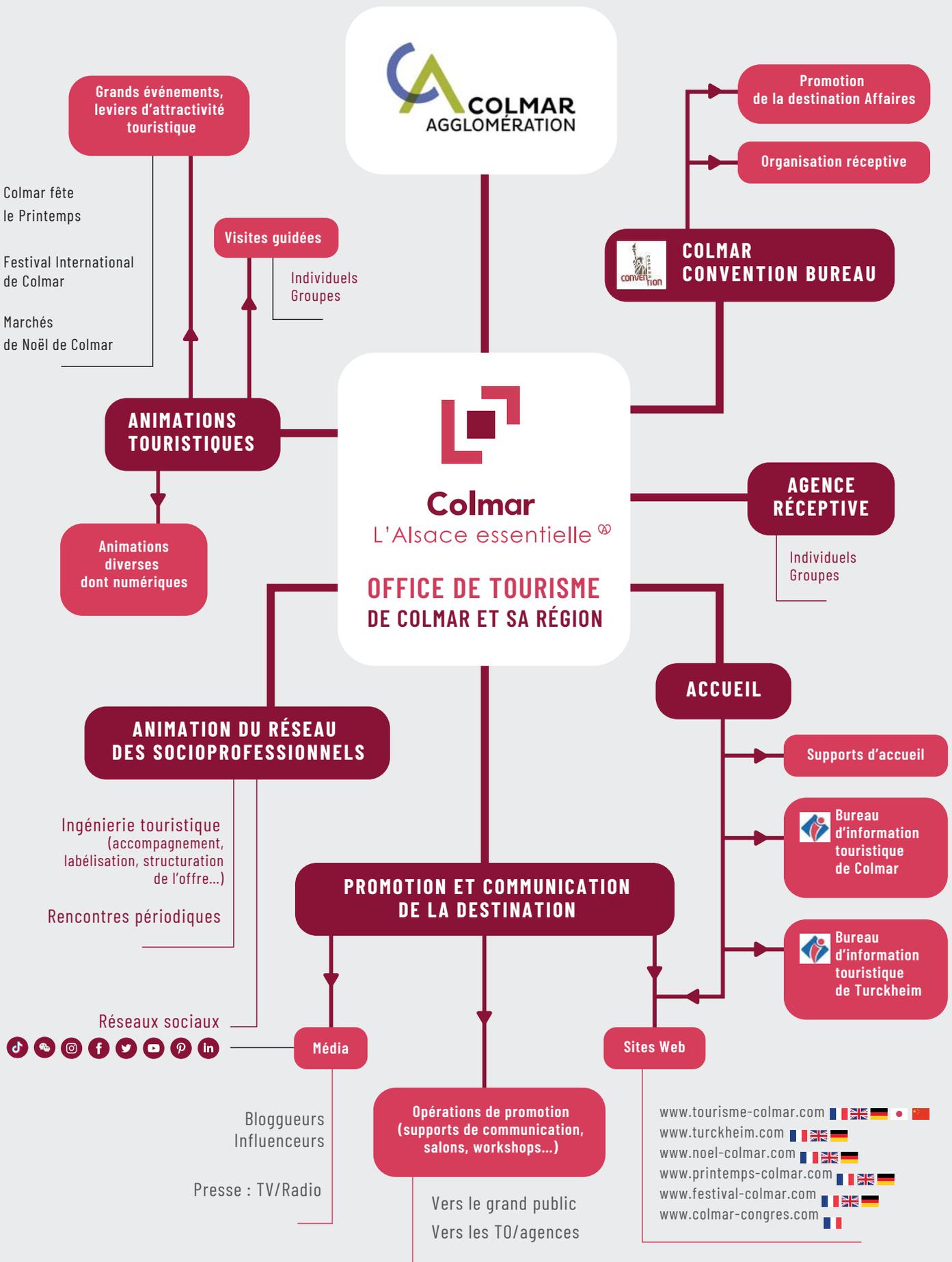
### COMPÉTENCES OBLIGATOIRES

Conformément à l'article L133-3 du code du tourisme, l'office de tourisme de Colmar et sa région "assure l'accueil et l'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune ou du groupement de communes, en coordination avec le Comité Départemental du Tourisme et le Comité Régional du Tourisme. Il contribue à coordonner les interventions des divers partenaires du développement touristique local."

### COMPÉTENCES OPTIONNELLES

"Il peut être chargé de tout ou partie de l'élaboration et de la mise en oeuvre de la politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique, notamment dans les domaines de l'élaboration des services touristiques, de l'exploitation d'installations touristiques et de loisirs, des études, de l'animation des loisirs, de l'organisation de fêtes et de manifestations culturelles. L'office de tourisme peut commercialiser des prestations de services touristiques dans les conditions prévues au chapitre unique du titre 1er du livre II."

# ORGANIGRAMME



# CHIFFRES CLÉS

## ÉVOLUTION DE L'ACTIVITÉ DANS L'HÔTELLERIE DE CHAÎNE À COLMAR AGGLOMÉRATION

L'année 2022 a poursuivi sa résilience dans l'hôtellerie de l'agglomération de Colmar, pour autant la performance globale annuelle n'a pas retrouvé le niveau de 2019 : les pics d'activité ont quant à eux semblé dépasser 2019. La saison estivale a été extrêmement positive, de même que la période de Noël.

**En 2022, le taux d'occupation moyen dans l'hôtellerie aura été de 59%, soit en augmentation de 17 points par rapport à 2021.**

### Taux d'occupation dans les meublés

En 2022, le taux d'occupation moyen annuel dans les meublés de tourisme était de **51%**.

(Source : ARTGE- février 2023)



### Taux d'occupation

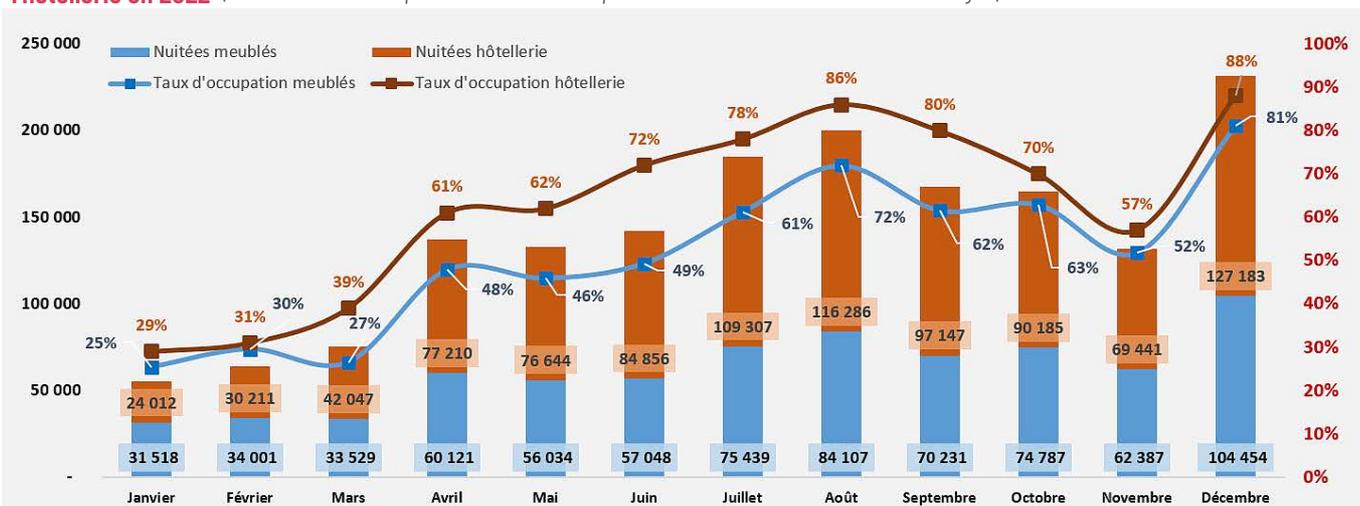
moyen annuel dans l'hôtellerie de chaîne de Colmar Agglomération

2019 **67%**  
2020 **23%**  
2021 **42%**  
2022 **59%**

En 2022, Colmar Agglomération a enregistré un volume total de nuitées hôtels et meublés confondus qui démontre son importante capacité d'accueil, notamment lors des pics de fréquentation comme les marchés de Noël ou la saison estivale. Au mois de décembre, ce sont près de 232k nuitées qui ont été générées.

### Volume de nuitées et taux d'occupation mensuel pour les meublés de tourisme et pour l'hôtellerie en 2022

(Source : AirDNA /ARTGE pour les meublés et INSEE pour l'hôtellerie // Traitement OT Colmar et sa région)

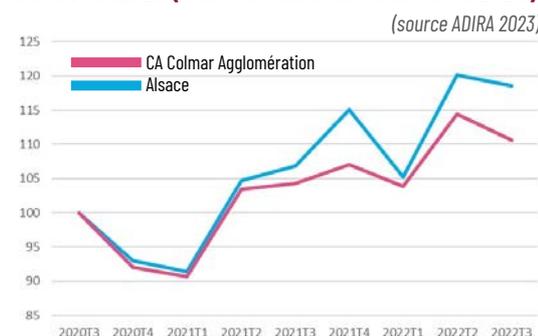


### EFFECTIFS SALARIÉS DANS LE SECTEUR HÔTEL, CAFÉ, RESTAURANT DE COLMAR AGGLOMÉRATION

Sur la période la plus récente, les données des 9 derniers trimestres disponibles illustrent l'impact des périodes de confinement de l'automne 2020 et du 1er trimestre 2021.

A partir du 1er trimestre 2021 et en 2022, la reprise économique du secteur s'est traduite par une augmentation des effectifs salariés qui s'est montrée légèrement moins dynamique que pour la zone Alsace mais en revanche beaucoup plus stable dans la durée.

### Les effectifs salariés du secteur HCR à Colmar Agglomération du 3ème trimestre 2020 au 3ème trimestre 2022 (base 100 au 3ème trimestre 2020)



**Au 3ème trimestre 2022, la CA Colmar Agglomération comptait autour de 410 établissements et 3 400 postes salariés dans ce secteur d'activité.**

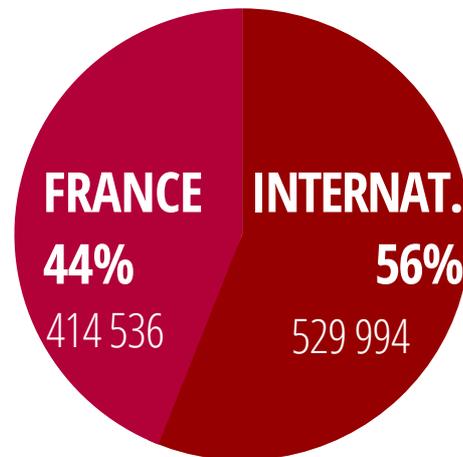
## LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES SONT DE RETOUR EN 2022

Les nuitées hôtelières ne sont pas représentatives de la globalité de la fréquentation touristique mais donnent une bonne tendance des typologies de clientèles présentes.



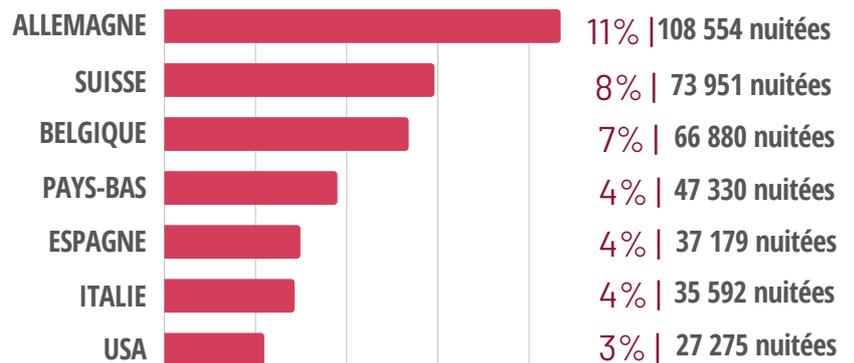
En 2022, ce sont 944 530 nuitées qui auront été comptabilisées. On observe progressivement un retour à la normal, avec une clientèle internationale qui redevient majoritaire dans l'hôtellerie.

## Répartition des nuitées hôtelières dans l'agglomération de Colmar pour l'année 2022 par nationalité (Source INSEE)



## LES NATIONALITÉS LES PLUS PRÉSENTES DANS L'HÔTELLERIE DE COLMAR AGGLOMÉRATION EN 2022

(Source INSEE)



en % des nuitées totales France + International



### RECORD



En décembre 2022, les Espagnols ont constitué la 1ère clientèle dans l'hôtellerie, loin devant les 2ème (Suisse- 8750 nuitées) et représentant ainsi 22% des nuitées étrangères.

## 2022 : Poursuite des enquêtes de conjoncture

Afin de palier aux difficultés de recueil de l'information d'observation touristique, l'OT a mis en place depuis 2021 des enquêtes de conjoncture auprès des acteurs socio-professionnels. Ces enquêtes se sont poursuivies en 2022, quatre bulletins sont parus pour *Colmar Fête le Printemps*, en juin/juillet, pour la saison estivale et pour *Colmar, l'Âme de Noël*.

Ces enquêtes qualitatives offrent une vue synthétique d'une opinion au mois le mois. Obtenues très rapidement et plus tôt que les statistiques quantitatives, leur qualité dépend de la mobilisation du panel cible.



Quatre bulletins sont parus en 2022. Merci à l'ensemble de nos adhérents qui participent à ces mesures de perception.

<https://www.tourisme-colmar.com/fr/professionnels/adherents-de-l-office>



# BILAN SYNTHÉTIQUE DU PLAN D'ACTION 2022

## A POURSUIVRE LA STRATÉGIE ÉVÉNEMENTIELLE À VOCATION TOURISTIQUE ET DURABLE



- Organiser Colmar Fête le Printemps
- Organiser le Festival International de Musique
- Organiser les Marchés de Noël

### Organisation de Colmar Fête le Printemps *(voir page 32)*

Dans un contexte sanitaire de plus en plus serein, Colmar Fête le Printemps a pu se tenir et renouer avec le succès populaire. La refonte du plan de communication, la conjonction des vacances scolaires et européennes, un focus média lié au vol du lapin mascotte ainsi que la météo favorable ont permis une fréquentation particulièrement soutenue.

### Annulation du Festival International de Colmar *(voir page 31)*

Le Festival International de Colmar n'a pu se tenir comme prévu à l'été 2022 en raison des conséquences réglementaires et organisationnelles liées à la guerre en Ukraine.

### Organisation des Marchés de Noël *(voir pages 33 et 34)*

Les Marchés de Noël 2022 ont pu se tenir dans un contexte tout à fait normal du point de vue sanitaire. La réflexion autour des enjeux durables s'est poursuivie, amenant à des actions fortes, tout particulièrement autour des questions liées à la consommation électrique et à la consommation de papiers.

## B STRUCTURER L'OFFRE TOURISTIQUE DE L'AGGLOMÉRATION



- Impulser une dynamique de structuration de l'offre thématique
- Adapter les outils de médiation au comptoir
- Poursuivre l'intégration des richesses de l'agglomération sur les supports de communication

### Réalisations liées à l'adaptation des outils de médiation

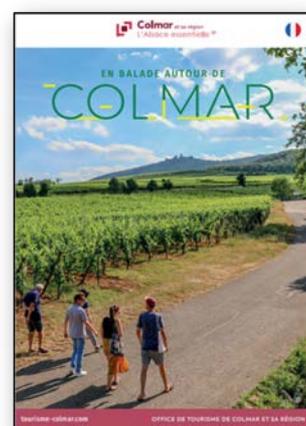
- Identification des thématiques non valorisées (tourisme de mémoire, tourisme religieux...)
- Réflexion autour des aspects durables de la destination et valorisation
- Identification et travail sur certains axes en particulier : patrimoine immatériel lié aux fêtes, tourisme de mémoire, cyclo, rando...
- Travail de pédagogie et d'accompagnement vers les labels Accueil Vélo et Vignobles & Découvertes

### Réalisations liées à l'adaptation des outils de médiation *(voir page 22)*

Création d'un nouveau support de communication dédié à l'agglomération et d'une visite guidée dédiée à Turckheim

### Réalisations liées à la structuration de l'offre thématique

- Inflexion de la ligne éditoriale des réseaux sociaux
- Refonte du guide de découverte dans une logique liée au territoire communautaire
- Adaptation du site internet



# C

## FÉDÉRER LES SOCIOPROFESSIONNELS



- Instituer des temps de rencontre et d'échange plus réguliers et à valeur ajoutée
- Poursuivre la réflexion autour des services aux adhérents
- Etablir un recensement fin de l'offre

### Mieux connaître les acteurs du tissu touristique (voir page 24 et 26)

- Poursuite du recensement des nouveaux acteurs / prestataires du tourisme sur le territoire
- 3 réunions d'échange plus spécifiquement dédiées aux acteurs de l'hôtellerie

### Animer le réseau (voir pages 9 et 27)

- Mise en place des enquêtes de conjoncture afin de monitorer l'activité
- Animation des réseaux LinkedIn et Facebook Pro

### Agir en tant que facilitateur d'activité (voir page 16 et 30)

- Poursuite de la réflexion autour des services aux adhérents (guide du partenaire)
- Amélioration des supports dédiés à leur visibilité (refonte du guide de destination avec une approche bi-annuelle)



# C

## ACCOMPAGNER LA RELANCE TOURISTIQUE DE FAÇON CIBLÉE



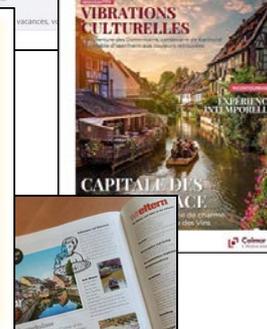
- Mettre en place le programme de promotion sur les marchés cibles de proximité
- Refondre le site internet amiral en lien avec l'évolution de la demande et une meilleure intégration des communes de l'agglomération

### Travail sur les clientèles cibles

- La France (campagne spécifique sur le printemps), l'Allemagne (campagne RS « Wie Got in C. », Landesgartenschau...) et la Belgique (Paris Match, RTBF...) ont fait l'objet d'un travail particulier
- Les autres marchés déterminés par la stratégie (Suisse, Espagne, Italie...) ont plutôt été travaillés par le biais des accueils de presse ou salons type « Rendez-Vous en France ».
- Le dossier de presse de la destination a été entièrement refondu dans une logique territoriale élargie et une meilleure adaptation aux besoins presse.

### Adaptation des outils numériques

Le projet initial de refonte du site web amiral a été repoussé afin de privilégier la refonte du site web consacré à Noël. Afin de mieux travailler les durées de séjours et l'étalement de la fréquentation, il a été proposé au territoire Alsace Essentielle d'intégrer le site Noël à Colmar où une place spécifique a pu être faite pour Turckheim.



# E

## DYNAMISER LA DÉMARCHE AUTOUR DU TOURISME D'AFFAIRES



- Structurer le réseau des professionnels pour un marketing efficace
- Poursuivre la promotion de la destination avec des outils qualitatifs
- Continuer de proposer aux prospects un service gratuit d'information et de conseil

### Structuration du réseau des professionnels *(voir page 15)*

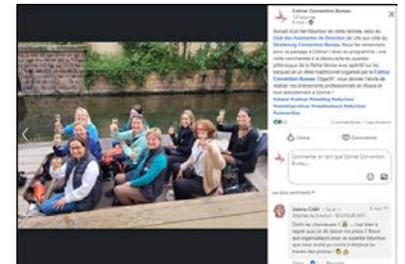
Une réunion sous forme de Club Affaires animée par le CCB s'est tenue à l'Hôtel l'Esquisse le 9 juin. L'occasion pour les professionnels de se retrouver et de discuter du tourisme d'affaires à Colmar lors d'un tour de table. De nombreux échanges ont également été menés avec le Parc expo.

### Promotion de la destination *(voir page 15 et 25)*

Programme de 4 salons de promotion dédiés au MICE, éductours, insertions publicitaires et travail presse.

### Prospection et réceptif

Une année en demi-teinte avec un début d'année 2022 frêle au niveau des demandes de séminaires. L'abolition des jauges maximales et des contraintes sanitaires au printemps a marqué un retour des entreprises avec des évènements en présentiel et non plus sous format hybride. De plus petits rassemblements ; souvent des prestations haut-de-gamme sont recherchées.



# F

## OPTIMISER L'ORGANISATION INTERNE EN PHASE AVEC LES ENJEUX MAJEURS



- Renforcer la polyvalence du personnel
- Poursuivre la numérisation des pratiques

### Formation

Les nouveaux outils introduits courant 2021 ont continué de faire l'objet d'une formation continue (Caneva, Reso pro...).

### Transversalité

Le travail sur les matrices de compétence et la réorganisation interne a également été poursuivi dans une logique de meilleure synergie.



## MARCHÉS PRIORITAIRES EN 2022

Le marché français est resté la priorité absolue avec des efforts particuliers portés vers les marchés belge, allemand, et suisse.



La Petite Venise dans le JT de TF1 (12/05)



JT France 2 délocalisé à Colmar (21/12)



### PERSPECTIVES 2023:

Les marchés français, belge, allemand et suisse restent les priorités absolues. Un travail plus particulier sera mis en place sur les zones de proximité françaises, notamment au printemps. Des actions sont également prévues vers les marchés espagnol et italien.

# 2. PROMOTION

## FOCUS SUR QUELQUES ACTIONS DE PROMOTION LOISIRS

**Retour à la normale en cette année 2022, après deux années particulièrement chahutées : les salons et des accueils de presse ont repris sans contraintes sanitaires.**

Plus que jamais l'Office de Tourisme joue la carte de la séduction avec Colmar, Capitale des Vins d'Alsace, sa douceur de vivre, et ceci, en toutes saisons. Avec une volonté accentuée d'ouverture vers les villes et villages de Colmar Agglomération pour offrir des possibilités nouvelles sans sortir de notre territoire de compétences.

### La Belgique, un marché cible entretenu

En septembre dernier, le tournage de l'émission belge francophone "La grande balade au soleil" pour RTL TVI a été accueilli à Colmar et Turckheim. Entre mars et avril 2022, 4 diffusions de l'émission ont eu lieu rassemblant en moyenne 200 000 spectateurs chacune. Cette visibilité a été renforcée par une page consacrée à l'Alsace et à Colmar en particulier dans "Paris Match Belgique", une collaboration avec Strasbourg et Mulhouse et Atout France.

### En partenariat avec Atout France

La ville de Colmar est mise en lumière dans le nouveau magazine EXPLORE FRANCE lancé par Atout France en Italie et en Espagne, un magazine dont le cibage est urbain et CSP+



### Lancement opération sponsoring Facebook Allemagne : "Leben, wie Gott in Colmar"

En juillet, l'Office de Tourisme a lancé une opération de sponsoring Facebook auprès de nos voisins germanophones.

Nos objectifs ?

Garder le contact avec cette clientèle de proximité européenne, comme défini dans notre stratégie actuelle, et séduire une nouvelle clientèle de ce bassin allant de Zurich à Francfort.

Le post sponsorisé conduisant à une landing page spécialement conçue et mettant en valeur nos atouts culturels au travers de nos musées, de nos richesses gastronomiques et viticoles, et de la qualité de nos partenaires hôteliers.

Un joli bilan pour cette opération avec pas moins de 218 000 personnes touchées par la publication et 3251 clics vers la landing page !



## FOCUS SUR QUELQUES ACTIONS PARTENARIALES DE PROMOTION AVEC L'ALSACE ESSENTIELLE



L'Alsace Essentielle, qui regroupe des actions d'ingénierie et de communication des OT du pays de Colmar, demeure un acteur fondamental dans la promotion de la destination. De nombreuses actions sont mutualisées, dont une partie de la communication Noël.

### Salon des Vacances de Bruxelles - Mars 2022

L'OT avec l'Alsace Essentielle au Vakantiesalon Brussel, Le Salon des Vacances de Bruxelles, qui a accueilli près de 100 000 visiteurs passionnés de voyage en quête d'inspiration.

### Tournage de la Carte aux Trésors - France 3

3

Dans le cadre d'un partenariat avec l'Alsace Essentielle, Colmar a été le point de départ d'une émission spéciale de "La Carte aux Trésors". Diffusion de l'émission au courant de l'été 2023. Audience moyenne de 2 millions de téléspectateurs.

## FOCUS SUR QUELQUES ACTIONS PARTENARIALES DE PROMOTION AVEC ALSACE DESTINATION TOURISME

De nombreuses actions de promotion communes sont organisées ou proposées par l'ADT. L'OT se positionne sur les actions qui présentent une valeur ajoutée en fonction des cibles définies dans sa stratégie mais aussi lorsque la présence de Colmar et sa région permet d'apporter une plus-value spécifique à la valorisation de la destination Alsace.

### Une présence à la Landesgartenschau

L'Office de Tourisme de Colmar a assuré une présence d'une semaine lors de la Landesgartenschau au pavillon de la Collectivité européenne d'Alsace pour promouvoir le territoire et ses partenaires auprès de nos voisins allemands. Cet événement est un des plus gros événements sur la thématique des jardins et aménagements paysagers. Cette année, c'est la ville frontalière de Neuenbourg qui l'accueillait.



### Journée consacrée à la presse parisienne - "Noël en Alsace"



Tout comme en 2021, l'OT était présent aux côtés d'ADT et d'autres Offices de Tourisimes alsaciens dont Mulhouse, pour une journée de rencontre avec la presse sur le thème de "Noël en Alsace" à la Maison de l'Alsace à Paris. L'occasion pour notre OT de mettre en valeur l'offre globale de notre territoire et les possibilités de transports entre les différentes offres pour une meilleure gestion des flux sur le terrain.

### Accueils de presse en collaboration avec ADT - Pro

Dans le cadre de l'entretien des marchés européens, l'OT en collaboration avec l'ADT ont fait découvrir la ville de Colmar et le Musée Unterlinden avec son magnifique retable restauré à de nombreux journalistes comme ici M. Aidingier, journaliste et photographe pour le magazine autrichien Maxima.



# LA PROMOTION « AFFAIRES » DANS LE CADRE DU COLMAR CONVENTION BUREAU

Colmar, ville alsacienne et culturelle à taille humaine, se démarque au niveau de ses infrastructures d'accueil pour le tourisme d'affaires. Cette dimension humaine et la qualité de ses infrastructures font que la ville est en adéquation avec les demandes actuelles en terme de tourisme d'affaires.

## Salons/workshops et opérations promotionnelles

Toutes ces opérations ont été réalisées sous la bannière Meet in Alsace avec les bureaux des congrès de Strasbourg et Mulhouse.

- Pure France, 10 mars
- Heavent Meetings Cannes, 19-21 avril
- IMEX Francfort, 30 mai - 01er juin
- Salon Réunir Paris, 06 octobre



IMEX, Francfort



Salon Réunir, Paris

## NOUVEAUTÉ

Une réunion sous forme de Club Affaires animée par le CCB s'est tenue à l'Hôtel l'Esquisse le 9 juin. L'occasion pour les professionnels de se retrouver et de discuter du tourisme d'affaires à Colmar.

## Les supports promotionnels Presse/Web

- Insertion promotionnelle et bannière publicitaire en février 2022 sur le site internet *Tourmag* (suite à l'accueil des patrons du Tourisme en septembre 2021)
- Double page consacrée à Colmar et au CCB dans le Magazine *Entreprendre*, février 2022

## LES ACCUEILS / EDUCOUR



Eductour du Club des Assistantes de direction de Lille en visite à Colmar le 10/09/2022 avec promenade en barque, visite et dîner traditionnel à Colmar (en partenariat avec le Strasbourg Convention Bureau).



- Présentation du CCB sur le site *Mice Board* (salon Cannes)



## PERSPECTIVES 2023

- Poursuivre les actions de promotion et de communication avec Meet in Alsace et présence sur les salons professionnels (Heavent Meetings Cannes, Afterwork SBE, Pure, Réunir, the Mix)

# 3. COMMUNICATION

## LES ÉDITIONS PAPIER DESTINÉES AU GRAND PUBLIC

La plupart de ces documents sont traduits en 3 langues (français, allemand, anglais).  
En 2022, réédition en nombre des plans touristiques de Colmar et de Turckheim.

### NOMBRE D'EXEMPLAIRES ÉDITÉS

- **Le guide de destination "Colmar et sa région" :**
  - 30.000 ex. français
  - 15.000 ex. allemand
  - 10.000 ex. anglais
- **Le dépliant "Colmar fête le printemps" :**
  - 20.100 ex. français
  - 5.100 ex. allemand
  - 5.100 ex. anglais
  - 5.000 sets de coloriage
- **Le flyer "City Pass" :**
  - 10.000 ex. version trilingue
- **Le dépliant "Colmar, l'Âme de Noël" :**
  - 100.000 ex. français
  - 35.000 ex. allemand
  - 30.000 ex. anglais
- **Guide "En balade autour de Colmar"**
  - 5.000 ex. français
- **Calendrier "Visites guidées individuelles"**
  - 5.000 ex. version trilingue



## LES ÉDITIONS DESTINÉES AUX PROFESSIONNELS

En raison de l'important travail de réflexion engagé sur la stratégie de développement touristique, les pratiques internes de l'OT et la communication avec nos partenaires professionnels, le guide du partenaire a été renouvelé et réédité.

### NOMBRE D'EXEMPLAIRES ÉDITÉS

- Le "Guide du Partenaire" édité à 400 exemplaires



### PERSPECTIVES 2023

- Réédition des documents d'accueil nécessaires
- Actualisation du Guide de Destination
- Mise à jour et réédition du Guide du partenaire

# NOUVEAUTÉ 2022 : GUIDE "EN BALADE AUTOUR DE COLMAR"



## UNE DÉMARCHE DE VALORISATION DE TOUS LES TERRITOIRES

La nouvelle édition du guide "En balade autour de Colmar" a deux objectifs principaux. Tout d'abord, il vise à mettre en valeur l'ensemble du territoire de Colmar Agglomération, en prenant en compte les richesses de chaque commune environnante afin que le nom d'Office de Tourisme de Colmar et sa région soit une réalité tangible. De plus, il vise à faire découvrir ses patrimoines, qu'ils soient naturels, historiques ou immatériels, tant aux habitants locaux qu'aux visiteurs de passage à Colmar. L'objectif est d'encourager à explorer au-delà du centre-ville et à prolonger ainsi leur séjour.



## UN TRAVAIL DE FOND POUR L'ENSEMBLE DES ÉQUIPES

La construction de cet outil a nécessité l'implication de toutes les équipes. Une première étape de recensement de l'offre patrimoniale par les équipes d'accueil en collaboration avec les mairies concernées a permis une meilleure connaissance du territoire. La matière récoltée a été ensuite retravaillée et mise en forme pour aboutir au guide intitulé "En balade autour de Colmar".



## LA CONSTITUTION D'UN FOND PHOTOGRAPHIQUE ENRICHISSEMENT COUVRANT L'AGGLOMÉRATION

Pour illustrer le fascicule, deux journées de travail sur place ont été nécessaires pour constituer un fond photographique, qui était très disparate selon les communes. Aujourd'hui, l'Office de Tourisme bénéficie d'une base pour illustrer non seulement le guide mais également les pages web afférentes.



## UN DOCUMENT CONÇU EN COMPLÉMENTARITÉ AVEC L'INTERFACE DU SITE WEB DE DESTINATION

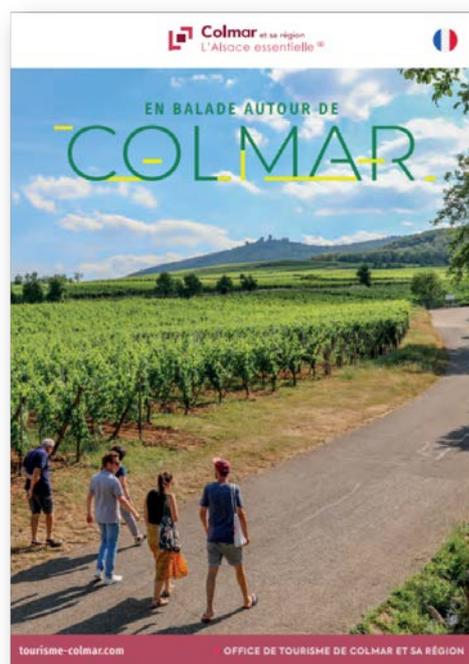
Ce guide a été dès le départ pensé et conçu comme une porte d'entrée vers une nouvelle arborescence du site internet de l'Office de Tourisme, dans lequel chaque commune a désormais une page dédiée. L'accès à ces pages se fait via un système de QR Code. Chaque page peut ainsi être étoffée à l'envie en fonction des nouveautés remontées par chaque commune à l'Office de Tourisme : un nouveau sentier de balade par exemple, un nouveau bâtiment patrimonial restauré... ceci permettant une mise à jour permanente.



## RÉPONDRE À UN BESOIN DE CERTAINS VISITEURS

Ce guide permet de répondre dans un premier temps à certains besoins exprimés par les visiteurs lors de leur passage à l'accueil de l'Office de Tourisme :

- Faire une balade hors de Colmar
- Découvrir des villages méconnus
- Découvrir leur lieu de villégiature s'ils sont logés hors de Colmar
- Découvrir le territoire par thématique : sites de mémoire par exemple
- Proposer animations et activités aux visiteurs hébergés hors de Colmar.



[bit.ly/baladecolmar](https://bit.ly/baladecolmar)

# RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS

La tendance 2021 s'est confirmée en 2022 avec de nombreux relais sur la zone européenne : la Suisse, la Belgique, l'Allemagne et les Pays-Bas principalement. La période de Noël confirme la stature internationale de Colmar avec des retombées presse dans le monde entier...sans pour autant que les médias ne sollicitent les services de l'Office de Tourisme pour l'écriture de leurs articles.

## DE BELLES OPÉRATIONS MÉDIATIQUES DE MISE EN AVANT DU TERRITOIRE DE COLMAR ET AGGLOMÉRATION

### La Petite Venise au JT de 13h00



Notre célèbre quartier a eu les honneurs d'un reportage de 4 minutes au journal de 13h00 s'insérant dans une série sur les petites Venise française. Beaucoup d'appels à l'accueil de l'OT suite à cette diffusion.



400 Millions de critiques



La Bibliothèque des Dominicains a accueilli le tournage de l'émission culturelle "400 millions de critiques" animée par Laura Tenoudji et diffusée sur TV Monde. Une vitrine qui assoit la dimension culturelle de Colmar.



### Christmas from above

Sur National Geographic UK le dimanche 11 décembre à 20h00 était diffusé un reportage consacré aux *Enfants chantent sur les Barques*, animation emblématique de nos Marchés de Noël.

## QUELQUES RELAIS MÉDIATIQUES NATIONAUX ET INTERNATIONAUX EN 2022 :

- National Geographic Espagne: Colmar ciudad perfecta alsacia 
- Le Figaro Voyage: Deux jours à Colmar, 48 heures entre culture et gastronomie 
- ELLE: Colmar dans le TOP des villes où l'on mange le mieux en France 
- Wir Eltern: Colmar, une destination familiale 
- France Bleu Belfort: en direct du Musée du Jouet pour parler de Colmar en famille

## ACCUEIL INFLUENCEUR

En juin, l'OT a accueilli l'influenceur voyage brésilien Caiostravels, ses 831 K abonnés sur Instagram et 87 K followers TikTok: une influence notable sur nos communautés, lusophones tout particulièrement, avec des abonnements en cascade sur notre compte Insta ! L'ambassadeur brésilien de la marque Decathlon Brasil a sillonné avec sourire et simplicité nos rues pendant 2 jours !



## PERSPECTIVES 2023 :

- Toujours des accueils avec nos marchés prioritaires (France, Belgique, Allemagne) mais avec une ouverture aux marchés secondaires (Etats-Unis par exemple) si la demande est qualitative.
- Rester à l'écoute des opportunités sur les marchés européens émergents.

# LES SITES INTERNET

L'OT administre au total six sites internet.

## STATISTIQUES DES VISITES DES PRINCIPAUX SITES INTERNET 2022

SITES INTERNET	2021	2022	ÉVOLUTION
tourisme-colmar.com	486 864	1 414 317	+190 %
noel-colmar.com	471 126	672 696	+ 42,78 %



Taux de fréquentation des visiteurs français en 2022 :

**46%**

Dont :

1. Grand Est : 34%

2. Île-de-France : 28%

3. Auvergne-Rhone-Alpes : 9.3%



Taux de fréquentation des visiteurs étrangers en 2022 :



**1. ALLEMAGNE : 23,6%**



**2. SUISSE : 11.2%**



**3. BELGIQUE : 3,1 %**



## CUMUL SITES NOËL & DESTINATION

### NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES

2022 : 1 567 436

2021 : 643 633

2020 : 458 772

2019 : 1 166 885

### PAGES VUES

2022 : 4 322 115

2021 : 3 303 896

2020 : 889 126

2019 : 1 931 704

### DURÉE MOYENNE DE VISITE

48 secondes en 2022

1mn48 en 2021

1mn55 en 2020

## LE BLOG DE L'OFFICE DE TOURISME

Afin de consolider la politique éditoriale de la destination, un espace "blog" a été développé sur le site de l'office de tourisme. Conçu comme le complément numérique du magazine de destination, il permet de mettre en avant des contenus de saison depuis la page d'accueil du site de l'Office de Tourisme



## PERSPECTIVES 2023 :

- Mises à jour du site Internet de l'Office du Tourisme, du Festival International de Colmar et du Colmar Convention Bureau.
- Recherche de nouveaux outils (chatbots, usage de l'intelligence artificielle, personnalisation de l'expérience client, )

# LES RÉSEAUX SOCIAUX

La présence sur les réseaux sociaux vise à faire vivre la destination au quotidien... dans un contexte ultra-concurrentiel ! Le défi est donc surtout d'émerger dans l'immense flot d'informations proposé aux utilisateurs. Depuis plusieurs années, l'effet bénéfique en matière de fidélisation de notre clientèle s'y additionne avec la séduction de nouvelles personnes. Le "distrayant" y côtoie "l'informatif". L'OT y assure en prime un service de conciergerie via les messages privés .

Ces réseaux permettent de cultiver une image positive de la destination en mettant en valeur les meilleurs contenus créés par les visiteurs, en informant les habitants et les touristes sur l'actualité culturelle et événementielle, en donnant des conseils et en mettant en avant de nombreuses initiatives d'intérêt touristique.



@rosyta.bllby - Instagram

**PAGE FACEBOOK**

**120 744 FANS** au 12/05/2023  
116 027 en 2021 soit **+ 4717 fans (+4,07%)**

**2.7 MILLIONS DE VUES**  
sur les post Facebook  
via 270 publications

**27 775 PARTAGES**  
(11 000 en 2021)

**405 863 REACTIONS**  
(452 322 en 2021)

**18 191 COMMENTAIRES**  
(17 792 en 2021)

**ABONNÉS INSTAGRAM**

**Mai 2023 : 36 364**  
**+ 4992 followers**  
**soit + 15.9% par rapport à mai 2022**

Mai 2022 : 31 372  
Mai 2021 : 22 850

**ABONNÉS LINKEDIN**

**2853 abonnés en mai 2023**  
**+ 1822 abonnés**  
**soit + 176% par rapport à mai 2022**

Mai 2022: 1031 abonnés  
Mai 2021 : 557 abonnés

**ABONNÉS TWITTER : 6823**

**6 808 followers en mai 2023**  
**- 15 abonnés**  
**soit - 0.2% par rapport à mai 2022**

Mai 2022: 6 823 followers  
Mai 2021 : 6 743 followers

**FOCUS INSTAGRAM**

79,2 k

51,9 k

46,6 k

38,7 k

37,4 k

36,3 k

35,7 k

34,5 k

31,7 k

**2022 - INSTAGRAM EN 4 CHIFFRES**

- 84 534 visites de notre profil Instagram
- 228 stories publiées pour 256 000 vues
- 310 publications pour 3 842 663 vues
- 262 889 mentions j'aime reçues



## TIK TOK : @COLMARTOURISME

L'Office de tourisme présent sur Tik Tok depuis décembre 2021 regroupe aujourd'hui près de 2000 abonnés et plus de 280 000 vues des 75 vidéos.



## COLMAR BUZZ SUR TIK TOK

Certains influenceurs Tik Tok ont donné une importante visibilité à la destination, parmi eux :

- <https://vm.tiktok.com/ZMNL2LT2/>  
**DESTINOWANDERLUST 15.2K ABONNÉS**  
**5.1M vues / 389.6K likes**
- <https://vm.tiktok.com/ZMNL6bhB/>  
**WILBERTANDSPACE 117.8K ABONNÉS**  
**885.7K vues / 190.6K likes**
- <https://vm.tiktok.com/ZMNLdHg3m/>  
**WANDERLICIOUS 54.3K ABONNÉS**  
**587.1K vues / 44K likes**

## NOËL : LE PARADIS DES INFLUENCEURS



Avec 19 000 photos touristiques de Colmar publiées sur Instagram durant les marchés de Noël 2022, nous notons que l'événement phare de Colmar continue de susciter un important magnétisme visuel.

Ce chiffre est pourtant en nette baisse comparé aux 37 000 photos publiées en 2021. Cela illustre la lente migration des usages d'instagram vers les stories ou les reels, voir un désintérêt du public pour ce réseau social, et l'affluence dans nos rues ne semble pas indiquer un désamour du public pour nos marchés.

## PERSPECTIVES 2023 :

- Continuer de consolider la ligne éditoriale et maintenir un nombre de publications élevé avec, comme levier, la stimulation de l'esprit d'équipe et la complémentarité des appétences pour tel ou tel réseau.
- Nous poursuivons l'ouverture de notre compte Facebook à une sélection de prestataires membres et ayant souscrit à l'une des offres commerciales figurant dans le Guide du Partenaire.

# 4. COMMERCIALISATION



## VISITES GUIDÉES

L'activité des visites guidées, qu'elles soient groupes ou individuelles, a repris de façon normale dès le commencement de l'année 2022 sans pour autant permettre la rentabilité du service.

Afin de rester en adéquation avec l'évolution des pratiques des visiteurs, la numérisation de certaines pratiques s'est pérennisée. La vente des visites guidées pour les individuels est entièrement digitalisée et bien acceptée au vu du nombre important de participants.

## VISITES MAI

En mai, les colmariens et alsaciens ont pu se réapproprier leur histoire et patrimoine en prenant part au cycle de visites guidées proposé par l'OT tout au long du mois.



### VISITES GUIDÉES

#### GROUPES CONSTITUÉS (30 PERSONNES)

Départs :

2022 : 1092

2021 : 423

2020 : 124



Participants :

2022 : 21 120

2021 : 7 686

2020 : 2 229



#### INDIVIDUELLES

Départs :

2022 : 169

2021 : 111

2020 : 95

Participants :

2022 : 3 776

2021 : 2 772

2020 : 1 673

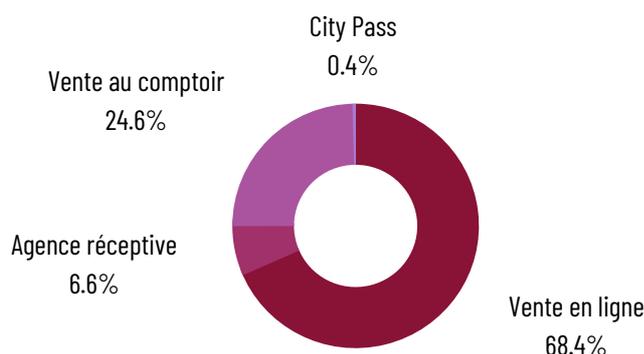
Tx remplissage :

2022 : 89%

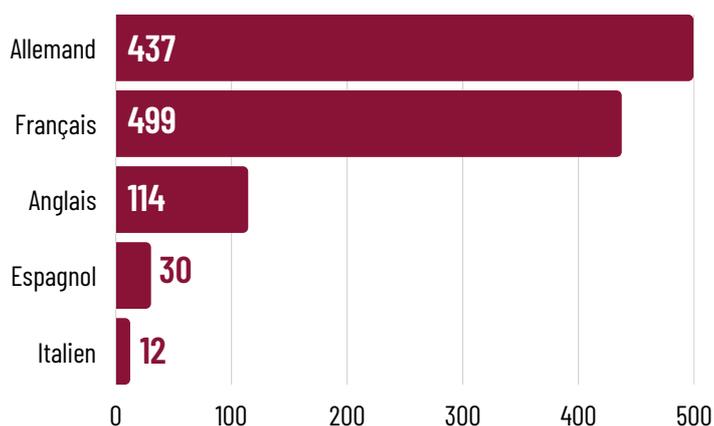
2021 : 83%

2020 : 59%

## RÉPARTITION DES VENTES DE VISITES GUIDÉES INDIVIDUELLES 2022 PAR CANAL DE VENTE :



## RÉPARTITION DU VOLUME DE DÉPARTS DE VISITES GUIDÉES GROUPES 2022 PAR LANGUE DE GUIDAGE :



## NOUVEAUTÉS

Deux nouvelles visites guidées ont été créées: une visite qui mènera le visiteur sur les traces du Judaïsme à Colmar, ainsi qu'une seconde pour découvrir la bibliothèque de l'ancien couvent des Dominicains.

A Turckheim, l'OT propose également une nouvelle visite, *Turckheim : une cité médiévale*



## PERSPECTIVES 2023 :

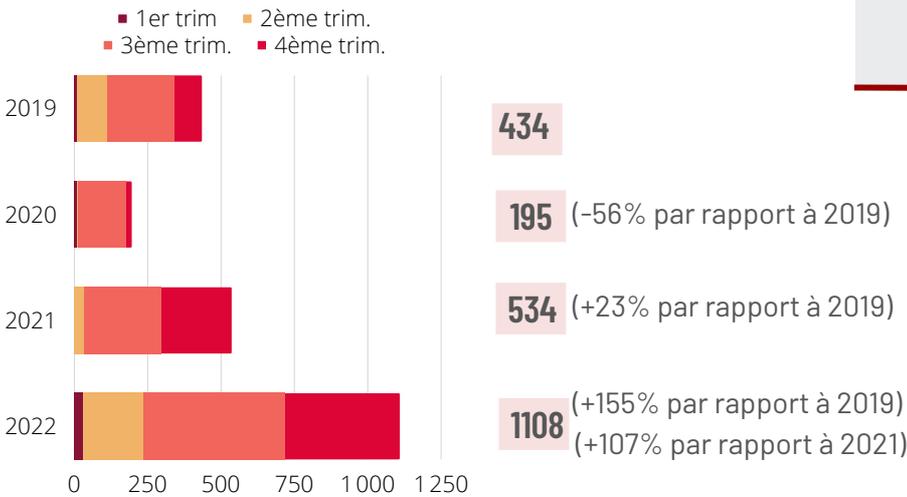
Le service des visites guidées vise en 2023 une stabilisation de son activité et la mise en place d'une relation plus fluide avec la corporation des guides.

## COLMAR CITY PASS

En famille ou en couple, le City Pass de Colmar permet de visiter sans limites les 6 musées de la ville, d'explorer le quartier de la Petite Venise lors d'une balade en barque, ainsi que de monter à bord du petit train touristique pour une visite de la ville. Valable pendant 7 jours, le pass offre une économie de 40% aux visiteurs.

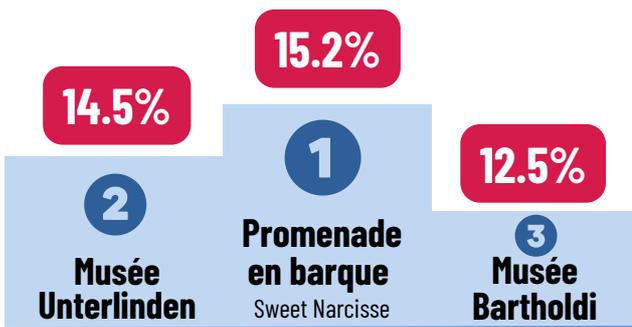


<b>32€</b> Adulte	<b>28€</b> 9-17 ans	<b>Gratuit</b> < 8 ans
----------------------	------------------------	---------------------------



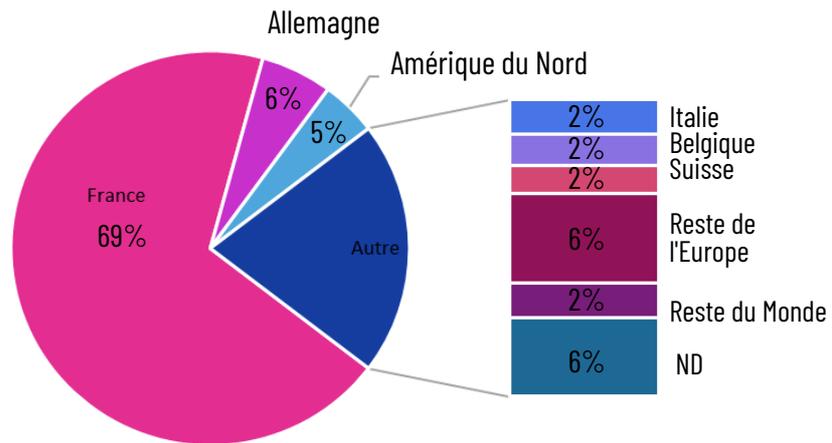
Le City Pass a connu une année 2022 record avec une augmentation des ventes de +107% par rapport à l'année précédente et qui s'étoffe au printemps.

### EN 2022, LE CITY PASS A GÉNÉRÉ 6068 ENTRÉES...



En 2022, le City Pass a permis un total de 6068 entrées, lesquelles ont été réparties selon l'ordre suivant : 1. Promenade en Barques, 2. Musée Unterlinden, 3. Musée Bartholdi, 4. Musée du Jouet, 5. Village Hansi, 6. Eglise des Dominicains, 7. Musée du Chocolat, 8. Musée d'histoire naturelle et d'ethnographie, 9. Petit train, 10. Visites guidées de Colmar.

### ... POUR UN TOTAL DE 1102 PASS VENDUS À DES VISITEURS PROVENANT DE 27 PAYS DIFFÉRENTS



(Source : OT Colmar - City Pass)



### PERSPECTIVES 2023 POUR LE CITY PASS :

- Poursuite de la promotion afin d'accroître le positionnement du produit

## L'AGENCE RÉCEPTIVE LOISIRS

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.

### Groupes loisirs

Après un début d'année plus calme, les groupes ont repris leur activité dès que les mesures sanitaires et le pass vaccinal ont été supprimés. À partir de l'automne, on a observé un retour des groupes de plus grande taille, avec toujours un fort engouement pour les Marchés de Noël. La gestion des offres groupes est devenue plus complexe dans l'ensemble, en raison des défis posés par la gestion post-Covid.

### Clientèle individuelle

Un City Break a été créé pendant les Marchés de printemps, mais la plupart des séjours continuent de se concentrer sur les Marchés de Noël. En 2022, les forfaits séjours ont été simplifiés avec succès et des allotements hôteliers ont été mis en place pour répondre à la demande croissante de ces formules.

### PRÉSENCE SUR LES SALONS PROFESSIONNELS:

- Rendez-vous France, Nantes, mars 2022
- Destination Vignoble, Aix en Provence, octobre 2022 avec Alsace Essentielle.



### UNE EXPERTISE :

- Analyse pointue des besoins,
- Offre personnalisée,
- Sélection des prestataires,
- Projet complet chiffré et documenté,
- Montage de programme et réservations des diverses prestations.

### NOUVEAUTÉ

Création du Catalogue Groupes afin de présenter les diverses offres de séjours et d'excursions destinées aux groupes loisirs. Le catalogue constitue une véritable vitrine pour ces offres.



[https://www.tourisme-colmar.com/pdf/catalogue\\_groupes\\_fr.pdf](https://www.tourisme-colmar.com/pdf/catalogue_groupes_fr.pdf)

## L'ACTIVITÉ RÉCEPTIVE EN 2022 : UNE REPRISE ACCRUE

### ACTIVITÉ : GROUPES LOISIRS



**110 DEVIS TRAITÉS**  
(+ 47 // 2021)



**1206 PARTICIPANTS**  
(538 en 2021)



**1353 NUITÉES**  
(841 en 2021)



**48 GROUPES CONFIRMÉS**  
(20 en 2021 et 3 en 2020)



**CHIFFRE D'AFFAIRES DE 331,6 K€**  
(138,7 K€ en 2021 et 52,5 K€ en 2020)



**3658 REPAS**  
(1268 en 2021 et 417 en 2020)

### ACTIVITÉ : INDIVIDUELS



**227 DEVIS TRAITÉS**  
(+ 29 // 2021)



**130 DOSSIERS CONFIRMÉS**  
(92 en 2021)



**614 NUITÉES**  
(464 en 2021)



**309 PARTICIPANTS**  
(dont 287 pour Marchés de Noël)



**CHIFFRE D'AFFAIRES DE 74,5K €**  
(52, 5K€ en 2021)



**354 REPAS**  
(425 en 2021)

## CONVENTION BUREAU : LE RÉCEPTIF AFFAIRES

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.

Une année en demi-teinte avec un début d'année 2022 plus frêle au niveau des demandes de séminaires. L'abolition des jauges maximales et des contraintes sanitaires au printemps a marqué un retour des entreprises avec des évènements en présentiel et non plus sous format hybride avec un souhait marqué de « retrouvailles » et de teambuilding pour renforcer la cohésion d'équipe. De plus petits rassemblements (CODIR, COMEX, plus petits séminaires de moins de 50 personnes) ; souvent des prestations haut-de-gamme sont recherchées (notamment en fin d'année avec des budgets plus conséquents).



### ACTIVITÉ : MICE



**18 DOSSIERS  
DEVISÉS**  
(11 en 2021)



**6 DOSSIERS  
CONFIRMÉS**  
(6 en 2021)



**349  
NUITÉES**  
(398 en 2021)



**138 PARTICIPANTS**  
(184 en 2021)



**CHIFFRE D'AFFAIRES  
DE 73,5 K€**  
(64 K€ en 2020  
et 13,5 K€ en 2021)



**511  
REPAS**  
(278 en 2021)



### PERSPECTIVES 2023 TOURISME D'AFFAIRES

- Finaliser la vidéo MICE entrepris en 2023
- Mise à jour du site internet et des supports de promotion



### PRÉSENTATION AUX ÉLÈVES DE BTS :

Présentation le 20.10.2022 au Musée Unterlinden de l'Office de Tourisme de Colmar et sa Région et de son Agence Réceptive auprès d'élèves de 1ère année de BTS Tourisme du Lycée Hôtelier Alexandre Dumas d'Illkirch. L'occasion de faire une présentation globale des services de l'OT en étant plus axé sur l'Agence Réceptive (tourisme groupe loisirs) et le CCB (tourisme groupe affaires)



### Chiffre d'affaire global Agence Réceptive en 2022:

**479,6 K€**

(Groupes loisirs, Groupes Affaires et individuels confondus)

# 5. ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS

## 2022 : ACCENTUATION DU DEVELOPPEMENT VERS LES PARTENAIRES

L'office de tourisme de Colmar doit constamment rechercher les moyens qui permettront d'amplifier l'activité économique des socio-professionnels du secteur, que ce soit par un travail global et éditorialisé sur la destination ou par une valorisation plus ciblée de l'offre touristique des partenaires adhérents.

Cela passe également par l'entretien et l'animation du réseau.

La reconduction du Guide du Partenaire a été une évidence, ce guide est l'outil adapté pour présenter aux socio-professionnels l'ensemble des services mis à leur disposition.

Par cet engagement, l'équipe de l'Office de Tourisme saura informer nos visiteurs et leur présenter une offre riche et variée.



Adhérer à l'Office de Tourisme est un acte fort qui marque une volonté de s'inscrire dans un réseau. Chaque adhésion permet de mieux connaître et faire connaître les spécificités d'un écosystème touristique foisonnant dont vous êtes l'un des maillons.



### Adhérents

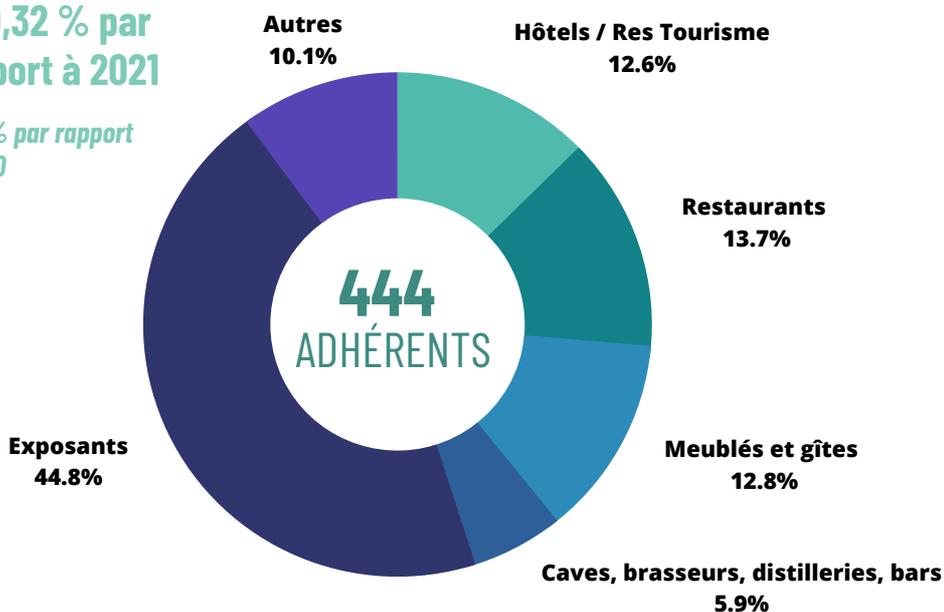
2022 : 444

2021 : 369

2020 : 302

+ 20,32 % par rapport à 2021

+ 47 % par rapport à 2020



### PERSPECTIVES 2023:

- Accroître encore la base de membres
- Poursuite de la promotion des services de l'OT auprès des socio-professionnels de toute l'agglomération afin de permettre la bonne mise en valeur de l'ensemble du territoire.

# INSTAURER DES ZONES D'ÉCHANGE AVEC LES PARTENAIRES

La particularité du tourisme est d'être un secteur d'activité extrêmement transversal où se côtoient des professionnels d'horizons divers ayant des degrés de professionnalisation variables. Dans cet écosystème, l'OT doit se positionner comme un acteur fédérateur permettant dialogue, réflexion et benchmark autour des grandes tendances touristiques et des pratiques de consommation.

Afin de mettre en place une transmission d'information accessible à chacun, le choix s'est porté sur une multiplication des types de canaux de communication.

## TEMPS D'ÉCHANGE EN VIS-À-VIS ET RÉFLEXION SUR LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Quatre réunions avec les hôteliers ont eu lieu en 2022. Par ailleurs, des réunions régulières sont organisées avec les représentants des Marchés de Noël et de Pâques (une par trimestre en moyenne pour Noël et deux par an pour Pâques).

## MISE À JOUR DU GUIDE DU PARTENAIRE

Ce guide du partenaire s'en fait l'écho et pose l'un des premiers jalons de la mise en œuvre de notre stratégie touristique 2021 - 2025. Devenir partenaire de l'OT, c'est aussi bénéficier d'un canal incontournable et reconnu pour la promotion de son offre, intégrer un réseau de plus de 300 professionnels, mais aussi contribuer au développement de l'économie touristique locale.

## POURSUITE DES ENQUÊTES DE CONJONCTURE

Les enquêtes de conjoncture sont des enquêtes qualitatives qui offrent une vue synthétique d'une opinion au mois le mois. Obtenues très rapidement, leur qualité dépend de la mobilisation du panel cible.

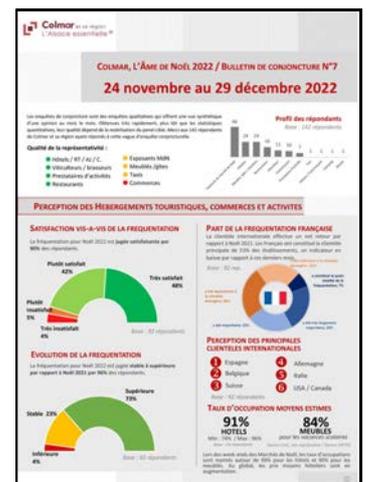
En 2022, quatre bulletins sont parus :

- Colmar Fête le Printemps: 112 répondants
- Juin et Juillet: 88 répondants
- Saison estivale: 56 répondants
- Colmar, l'Âme de Noël: 142 répondants

Merci à l'ensemble de nos adhérents qui ont participé à ces mesures de la perception.

## NEWSLETTERS PRO CIBLÉES

À l'occasion des grands événements type Marchés de Noël, une newsletter d'informations générales est transmise aux socioprofessionnels. Certains types de professions peuvent également être sollicités sporadiquement, comme les propriétaires de meublés cette année (intégration des calendriers lcal)



## PERSPECTIVES 2023 :

- Poursuite des axes de communication entrepris.
- Renforcement des temps d'échange en vis à vis.



# 6. ACCUEIL & BOUTIQUE

L'OT gère deux bureaux d'information touristique (BIT), à Colmar (place Unterlinden) et à Turckheim (Corps de garde). En tout, ce sont douze personnes qui sont entièrement dédiées à l'accueil, soit le nombre minimum de personnel nécessaire pour assurer l'ouverture de ces deux sites tout au long de l'année.

La typologie des demandes clients demeure extrêmement différente en fonction du BIT. Les clientèles qui poussent la porte des bureaux de Colmar ont des demandes essentiellement liées à de la visite patrimoniale et culturelle. Cependant, la demande liée au vélo et à la promenade/randonnée en pleine nature poursuit la nette progression entamée en 2020 et 2021. Ce type de demande est particulièrement important au BIT de Turckheim, en plus des demandes liées à l'oenotourisme.

## L'ACCUEIL & L'INFORMATION DU PUBLIC



**53 261 renseignements  
donnés aux comptoirs  
soit + 44% par rapport à 2021**

dont :

- 43 977 DEMANDES À COLMAR (+58%)
- 9 284 DEMANDES À TURCKHEIM (+43 %)

**205 744 personnes sont entrées dans nos BIT,  
soit + 100% par rapport à 2021**



**18 144 renseignements  
téléphoniques  
+ 1 476, soit + 16%  
par rapport à 2021**



**6740 renseignements par  
courriels  
+ 981, soit + 17%  
par rapport à 2021**

## ORIGINE DES VISITEURS



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

1. Allemagne
2. Espagne
3. Belgique
4. Pays Bas
5. Suisse



**118 NATIONALITÉS  
DIFFÉRENTES DE CLIENTS  
RENSEIGNÉS**



### PERSPECTIVES 2023:

- Poursuivre un accueil adapté et de qualité.
- Développer la réflexion liée aux services sur le BIT de Turckheim.
- Poursuivre les actions de formation

## LA BOUTIQUE

La boutique de l'Office de Tourisme de Colmar et sa région propose une large gamme de souvenirs estampillés Colmar (magnets, mugs, bijoux, cartes postales, porte-clés, marque-pages) 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, de même que le Made in Alsace est mis en avant dans l'espace boutique.



→ 13 220 articles vendus en 2022  
(+210 % par rapport à 2021)

→ 212 références en 2022



L'activité Boutique a bien repris en 2022, de nombreux visiteurs apprécient le Made in Alsace et la diversité de nos produits alsaciens.



L'OT de Colmar travaille avec une grande majorité de fournisseurs alsaciens. Nous avons une volonté de faire découvrir le terroir de la région colmarienne tout en favorisant le commerce de proximité et les artisans locaux.



### PERSPECTIVES 2023:

- L'offre continue d'être adaptée et élargie aux nouvelles demandes et attentes des visiteurs.

# 7. STRUCTURATION DE L'OFFRE

Guide découverte de la destination :  
2022, année charnière

2022 a marqué un tournant dans la politique commerciale et éditoriale de l'Office de tourisme via la création d'un nouveau magazine de découverte de destination. Ce document a voulu répondre à une attente de la part des partenaires, des territoires mais aussi de la clientèle.

Mis à part certains aspects liés au design, le document a été pensé et réalisé en interne et a donné lieu à un important travail de la part des équipes.

## UNE LIGNE ÉDITORIALE RENOUVELÉE

La nouvelle édition du guide de destination adopte une ligne éditoriale renouvelée, s'orientant vers un format plus dynamique et attractif, semblable à celui d'un magazine. Le contenu rédactionnel se veut plus moderne afin de correspondre aux attentes des utilisateurs. Un travail sur les thématiques a été réalisé afin de proposer le guide le plus détaillé ; on peut ainsi y retrouver les pages "Vin et vignobles", "Tourisme de mémoire" (cf ci dessous), "À l'assaut des châteaux"... Ce sont autant de portes d'entrée vers la découverte du territoire, offrant une variété d'expériences uniques à explorer.

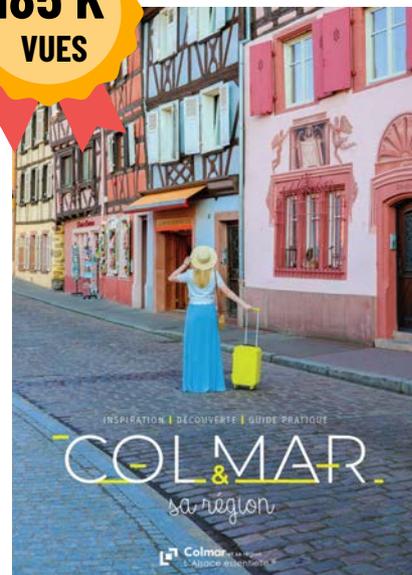
## UN PARTI PRIS GRAPHIQUE MODERNISÉ

Le guide arbore une nouvelle identité visuelle pour cette édition 2022. On y retrouve des graphismes modernes et des images plus attrayantes. La volonté derrière ce parti pris graphique est de capter l'attention des voyageurs et d'illustrer au mieux la destination de Colmar et sa région. Le guide se positionne comme un incontournable pour tous ceux en quête d'inspiration et d'informations fiables.

## DES PARTENAIRES MIEUX VALORISÉS

Un travail de fond a été effectué pour une mise en valeur plus efficace de nos partenaires. Au delà de l'aspect visuel de l'édition qui a gagné en attrait, c'est l'unicité du document qui donne du poids à cette valorisation. En effet la partie magazine qui capte l'attention du lecteur est immédiatement suivie des encarts des partenaires adhérents à l'Office de Tourisme. Ceci étant plus pratique et efficace que plusieurs éditions pour le visiteur qui souhaite construire son séjour dans sa globalité.

185 K  
VUES



### Les combats de la Poche de Colmar

À la fin de l'année 1944, la libération de la France avance rapidement. Une poche de résistance alliée se forme autour de Colmar et les combats se prolongent jusqu'en février 1945, dans des conditions extrêmement difficiles liées à l'hiver particulièrement rigoureux cette année-là et au terrain qui n'aurait pratiquement aucune couverture naturelle.

### Musée mémorial des combats de la Poche de Colmar

Pour se rendre sur cette période marquante, le Musée des Combats de la Poche de Colmar situé à Tockheim, présente des collections riches et prestigieuses.

Le chemin des Stalpersen à Hurlingham près Colmar met en scène l'histoire des Allemands, celle de la commune anéantie pratiquement à leur arrivée en 1940 de la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale. <https://colmar-tourisme.com>

### Mémorial de la Croix du Moulin

Dans la commune de Hurlingham, bordement touché par les combats de la Poche de Colmar, se dressent en 1945 les restes des combats acharnés. Ce lieu de mémoire évoque le déroulement des combats et rappelle le sacrifice de nos soldats. Sur le socle central en pierre des images en relief en trois langues, français, allemand et anglais.

### "LES NOUS HÉROÏQUES DANS LA NOÛT, UNDS-SOUS NOUS DANS LA PUIS"

### Mémorial Audie Murphy

Situé dans la commune d'Ébrach, ce mémorial est dédié au soldat américain Audie Murphy, héros de la Seconde Guerre mondiale. Le mémorial rend deux hommages à ce héros : celui de son sacrifice et celui de son retour en France.

Sur site, vous serez accueilli par des bénévoles et pourrez découvrir une exposition interactive, le musée de la guerre comme le plus récent de son année.

Le site de la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale, a réalisé encore aujourd'hui la belle performance de rassembler les combattants à plus de 800 kilomètres de chez eux, dans un charmant village alsacien.





## UNE ÉDITION SPÉCIALE MARCHÉS DE NOËL



### Colmar, l'âme de Noël

Pu eudi 24 novembre au jeudi 29 décembre 2022

Les traditionnelles maisons à colombages, les décors soignés et les édifices d'exception servent d'écrins aux traditions de Noël à Colmar. Illuminations et odeurs des épices de Noël entraînent petits et grands de châtelet en châtelet, à la découverte du savoir-faire des artisans des marchés de Noël.

[www.noel-colmar.com](http://www.noel-colmar.com)



— LE SAVIEZ-VOUS ?  
À Noël, Colmar est décoré avec plus de 26 000 boules de Noël et près de 25 km de guirlandes !

**Horaires des Marchés de Noël**  
Place des Dominicains  
Place Jeanne d'Arc  
Place de Fleurence Douren  
Place des Six Montagnes Noires

G Lundi au jeudi : 11h à 19h  
G Vendredi, samedi, dimanche : 10h à 20h  
G Le 24 décembre : 10h à 17h  
G Le 25 décembre : 11h à 20h  
G Le 26 décembre : 11h à 19h

**Horaires du Marché Gourmand**  
Place de la Cathédrale

G Lundi au jeudi : 11h à 21h  
G Vendredi, samedi, dimanche : 10h à 21h  
Pour des raisons de sécurité, les marchés de Noël ferment à l'heure.

### Les illuminations

Cette année encore, les monuments emblématiques de la Ville seront illuminés aux couleurs de Noël. Ce travail minutieux permet de sublimer et de dynamiser les éclairages par des projections et des jeux de lumière, le tout sur une vingtaine de sites. La ville s'est par ailleurs engagée depuis plusieurs années dans la voie de l'usage des lampes LED pour des raisons écologiques.

G En semaine de 16h45 à 22h en novembre  
De 16h30 à 22h en décembre  
G Le week-end de 16h45 à 23h en novembre  
De 16h30 à 23h en décembre  
G Le 24 novembre de 18h00 à 22h  
G Les 24 et 31 décembre jusqu'à 2h



### Les cook shows du Marché Gourmand

**Le 25 novembre**  
Les 1, 2, 8, 9, 15, 16, 22 et 23 décembre  
De 17h à 18h - Entrée libre

Des shows culinaires pour ravir vos papilles avec des chefs de renom qui viendront vous en mettre plein la vue et les sens, le temps d'un show culinaire au centre du marché.

### — LE SAVIEZ-VOUS ?

Les 6 marchés de Noël de Colmar c'est 172 exposants en extérieur, répartis sur 5 sites et 76 exposants en intérieur dans le bâtiment sur Kollhus (grand rue) qui accueille l'artisanat d'art.

### Saint-Nicolas en sa demeure

Marché de Noël de la Petite Venise  
Dans un décor spécialement conçu pour l'occasion, vous pourrez faire une photo souvenir avec Saint-Nicolas lors de sa venue. Ce décor sera à votre disposition durant toute la période des marchés de Noël à l'VisitColmar  
G les 03 et 04 décembre après-midi

### Shopping les dimanches

Pour participer pleinement à la Magie de Noël dans les rues de la ville, les commerçants de Colmar vous ouvrent leurs portes les dimanches suivants :  
G 27/11  
G 4/12, 11/12, 18/12

Une édition spéciale consacrée aux Marchés de Noël en version numérique a été éditée. Cette version avait pour vocation de plonger les lecteurs dans l'atmosphère magique de Noël à Colmar. Ainsi, le choix des photos a été complètement adapté à la période pour plonger le visiteur dans l'atmosphère de Colmar et sa région durant cette période. Certaines pages ont été modifiées pour mettre en exergue les traditions alsaciennes les plus typiques de Noël ou mettre en exergue la gastronomie alsacienne traditionnelle liée aux fêtes de fin d'année, avec par exemple les incontournables bredala.



## DES RÉSULTATS DE DIFFUSION ET LECTURE NUMÉRIQUE EXTRÊMEMENT POSITIFS

Au total, ce sont 185 000 guides qui ont été diffusés quel qu'en soit le format, papier ou numérique. Ce document a été diffusé gratuitement dans nos espaces d'accueil, dans notre réseau de partenaires, chez nos adhérents volontaires et dans nos envois par courrier. De plus, il est édité dans les trois langues suivantes : français, allemand, anglais. Cette évolution dans la diffusion du guide offre une visibilité à nos partenaires multipliée par 3. De plus, le temps de lecture moyen du guide est de 4 minutes, ce qui démontre une certaine adéquation entre le produit et l'audience.

## BILAN ÉVÉNEMENTIEL 2022

En terme d'événementiel, l'Office de Tourisme de Colmar et sa Région a connu une année 2022 sous le signe du retour d'une partie des événements mais avec des conditions sanitaires plus favorables.



### FESTIVAL INTERNATIONAL DE COLMAR 2022

# ANNULÉ

En raison du conflit géopolitique, l'édition 2022 du Festival International de Colmar, déjà reportée de l'année passée, reviendra en 2023.

Des lieux emblématiques et des artistes de renommée mondiale, le Festival International de Colmar fait vivre des moments d'émotions et vibrer les mélomanes.



## COLMAR FÊTE LE PRINTEMPS, du 8 avril au 1er mai 2022

**Après deux années d'absence, l'édition 2022 de "Colmar fête le Printemps !" a fait son retour !**

Des exposants ravis de retrouver les marchés de Pâques et du Printemps, des visiteurs enjoués par l'ambiance bucolique et une météo très favorable ont fait de l'édition 2022 une année remarquable.

### LES FLEURS À L'HONNEUR

**Le printemps a fait son retour accompagné de ses fleurs**

Les visiteurs ont pu rencontrer des fleuristes passionnés présents sur le marché place des Dominicains. Mais si cela n'était pas suffisant, il ne fallait pas manquer le Marché aux Fleurs de Colmar, qui a proposé le temps d'un week-end d'être au contact des fleuristes venus offrir aux visiteurs un plaisir fleuri.



**56 exposants  
60 maisonnettes et  
2 emplacements**

44 exposants d'artisanat d'art ont été répartis en trois thèmes ("Coquilles, d'Art", "Éclats de Terre, éclats de Verre" et "Déclinaisons Textiles") pour l'exposition qui s'est déroulée sur un seul week-end en raison des élections présidentielles.



### SCHMOUTZI, LAPIN STAR

La question a fait le tour de France et même du monde, "Qui a volé Schmoutzi?" En effet, le lapin géant de 8kg, mascotte du marché de Pâques a disparu dans la nuit du 15 avril 2022. La presse locale et internationale s'est emparée de l'affaire et cette triste mésaventure a fait le tour de monde.



### MÉDIAS

France Bleu Alsace et toute son équipe se sont déplacés à Colmar pour une émission spéciale en direct du Café Rapp. L'occasion pour l'OT de présenter l'ensemble de la manifestation "Colmar Fête le Printemps !".



France 3 a observé le retour réel des clientèles étrangères à Colmar à l'occasion des marchés de Pâques et de Printemps, en mettant notamment en évidence la présence significative de clientèles intercontinentales.



### NOUVEAUTÉ 2022 :

#### L'Office de Tourisme présent au coeur des Marchés !

**Afin de contribuer davantage à la valorisation du territoire, l'Office de Tourisme a tenu un chalet au sein du Marché de Pâques et du Printemps, place de l'Ancienne Douane.**

L'équipe d'accueil a vécu une expérience inédite au coeur des Marchés, proposant renseignements, brochures et articles de la boutique sur toute la durée de l'événement.





## COLMAR L'ÂME DE NOËL, 24 novembre au 29 décembre 2022

En cette fin d'année 2022, Colmariens et visiteurs ont pu s'imprégner de l'âme de Noël qui vit à Colmar et sa région grâce au respect des traditions et des savoir-faire alsaciens. Cette année, les Marchés de Noël de Colmar veulent se tourner vers l'avenir avec une réelle prise en compte des problématiques de notre temps. Colmar propose un Noël plus responsable et conscient des enjeux environnementaux actuels.



200 000  
programmes papier  
distribués



1,36 million  
de visiteurs uniques  
du 23/11 au 29/12



198 exposants  
(dont 77% d'Alsaciens) dans  
210 maisonnettes et  
27 emplacements



### UN NOËL PLUS RESPONSABLE

Plus que jamais, les problématiques environnementales sont au cœur de l'évolution des grands événements. Les Marchés de Noël de Colmar se sont saisis de ces enjeux depuis plusieurs années. Retour sur ces grandes mesures :

- Remplacement intégral des illuminations de rue par des éclairages de type LED
- Passage à l'éclairage LED pour toutes les illuminations dans les chalets.
- Le dispositif d'usage des gobelets consignés représente 77% d'émission de CO2 en moins par rapport à l'usage de gobelets jetables.



### NOUVEAUTÉS:

- Adaptation des horaires des marchés pour limiter la consommation d'énergie
- Diminution de 65% de la consommation de papier grâce à la révision du format.
- Système de QR code qui renvoie au guide destination spécial Noël.
- Une communication plus appuyée sur les offres de transports intermodales.
- Pas de chauffage dans les chalets en application du décret du 30 mars 2022.

### NOUVEAUTÉ:



Les visiteurs ont pu profiter d'une vue imprenable sur la ville et son ambiance de fête depuis les hauteurs d'une grande roue installée rue du Chasseur. De plus, il était possible les jeudis soirs de dîner dans la grande roue !

### UNE VILLE ILLUMINÉE

Cette année encore, les monuments emblématiques de la ville seront illuminés aux couleurs de Noël. Les services techniques de la mairie mettent tout en œuvre pour que ce plan d'illumination s'inscrive dans la durée tant en termes de respect de l'environnement que de l'économie. Ainsi, la ville s'est engagée depuis plusieurs années dans la voie de l'usage des ampoules LED pour concilier ces objectifs.



## FOCUS SUR LES ANIMATIONS MISES EN PLACE SUR LES MARCHÉS

L'office de Tourisme a tenu à mettre en avant les traditions, la convivialité et le partage d'un art de vivre à l'alsacienne afin de faire vivre à chacun un Noël alsacien.



### UN MARCHÉ SOUS LE SIGNE DE LA GASTRONOMIE

L'agitateur gastronomique alsacien Nicolas Rieffel s'est installé sur le marché Place des Six Montagnes Noires. Le public a pu y découvrir une cuisine pleine de saveurs d'Alsace entre traditions gastronomiques et modernité.

Comme l'année précédente, des show culinaires ont retrouvé leur place sur le marché gourmand. Au total, 9 cook shows ont été réalisés au cours desquels des chefs de renom ont fait démonstration de leur savoir-faire avec dégustation de leurs produits.



### NOËL À TURCKHEIM

Le Marché de Noël des Lutins s'est déroulé du 25 novembre au 30 décembre, organisé par la ville de Turckheim. Une vingtaine de maisonnettes ont accueilli des artisans locaux ou régionaux.

Pour accompagner le développement de ce marché, l'OT a mis en place une nouvelle chasse au trésor de Noël "Sur les pas du Veilleur de nuit". Les panneaux de contes de Noël ont aussi été prêtés.



### SAINT-NICOLAS EN SA DEMEURE

Cette année, nouveauté, le grand Saint-Nicolas attendait les enfants sages dans sa demeure sur le marché de la Petite Venise. Dans un décor spécialement conçu à cette occasion, chacun a pu réaliser sa photo souvenir avec Saint-Nicolas lors de sa venue les 3 et 4 décembre. Le décor est resté présent durant toute la période des marchés.



### MARCHÉS DE NOËL DANS LA PRESSE INTERNATIONALE

- Le marché de Noël de Colmar est le seul français parmi les 30 cités sur le site américain "Oprah Daily", un site aux 7,5 millions de vues mensuelles.
- National Geographic UK fait une place singulière à Colmar dans sa série "Christmas from abroad". On y voit notamment des images d'enfants chantant Noël sur les barques.
- Une interview accordée à la BBC pour parler de Colmar et des traditions de Noël.

### JT DE 13H DÉLOCALISÉ EN PLEIN CŒUR DES MARCHÉS DE NOËL SUR FRANCE 2



Le mercredi 21 décembre, le journal de France 2 a été présenté par Julian Bugier depuis le Koïfhus. Cette édition délocalisée avait pour thème central l'environnement, l'occasion de revenir sur les solutions et les initiatives mises en place par les citoyens et par la ville pour aborder Noël avec sobriété.

## MARQUE QUALITÉ TOURISME



En vue de préparer le renouvellement du classement de l'office de tourisme, l'obtention de la Marque d'Etat Qualité Tourisme est un pré-requis indispensable. Les confinements successifs ont freiné l'avancement de l'obtention de la Marque Qualité Tourisme.

### CINQ BONNES RAISONS D'INITIER CETTE DÉMARCHÉ :

- 1 S'engager dans une démarche de progrès : améliorer la qualité sur le long terme, au-delà de la seule obtention de la marque
- 2 Fédérer son équipe autour d'une démarche collective et motivante : promotion, réservation, accueil, propreté... la qualité mobilise toutes les compétences.
- 3 Bénéficier d'un regard extérieur : grâce à l'audit externe et aux avis clients, repérer les marges de progrès et optimisez les performances.
- 4 Développer une notoriété positive : optimiser la satisfaction client et sa réputation en plaçant le client au cœur de notre stratégie.
- 5 Se démarquer de la concurrence : gagner en visibilité en obtenant la reconnaissance officielle Qualité Tourisme™.

### LA SATISFACTION CLIENT, 1ER AXE DE TRAVAIL : BILAN 2022



**E-RÉPUTATION**  
**GOOGLE MY BUSINESS**  
**4.2/5 (1065 AVIS)**

#### 36 réclamations signalées à l'Office de Tourisme :

- 9 concernaient la Ville de Colmar
- 9, les restaurants
- 3, les musées
- 5, des hébergements
- 3, l'Office de Tourisme
- 6, les transports
- 1, un commerçant

#### QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION

##### Questionnaires en libre service et distribués aux comptoirs

##### Pour Colmar : 117 questionnaires remplis

- 87,1 % des visiteurs sont très satisfaits des services de l'Office de Tourisme
  - 12,9 % des visiteurs sont satisfaits des services de l'Office de Tourisme
- Les points négatifs qui sont le plus souvent évoqués sont le manque de visibilité de l'Office sur la Place Unterlinden et les problèmes de stationnement.

##### Pour Turckheim : 58 questionnaires remplis

- 29,3 % des visiteurs sont très satisfaits des services du Bureau de Tourisme
- 70,7 % des visiteurs sont satisfaits des services du Bureau de Tourisme

#### DÉTAIL DE LA SATISFACTION D'ÊTRE PORTEUR DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME SELON LES FILIÈRES

Source : Baromètre accueil - TRAVELSAT® / TCI Research Oct. 2020.



#### LES SOCIOPROFESSIONNELS PORTEURS DE LA MARQUE QUALITÉ TOURISME EN 2022

- MERCURE CENTRE UNTERLINDEN, COLMAR
- LE JAMES BOUTIQUE HOTEL, COLMAR
- BRIT HOTEL & SPA, BISCHWIHR
- HÔTEL RESTAURANT LE RAPP, COLMAR
- HÔTEL BEAUSEJOUR, COLMAR
- HÔTEL DU LADHOF, COLMAR
- AUBERGE DU BRAND, TURCKHEIM
- LES PORTES DE LA VALLÉE, TURCKHEIM



#### PERSPECTIVES 2023:

- Obtention de la marque Qualité Tourisme sous réserve du bon accès aux données nécessaires.
- Poursuite de la stratégie d'écoute client et de l'amélioration continue des pratiques.

# DÉMARCHES DE LABÉLISATION

## VIGNOBLES & DÉCOUVERTES

La Bourgogne a organisé un Eductour en Alsace du 21 au 22 mars 2022 pour ses labellisés Vignobles et Découvertes.

Le groupe a séjourné à l'Hôtel Beauséjour de Colmar et a dîné à la Winstub Flory;

Des échanges fort intéressants ont eu lieu lors de ce séjour entre labellisés bourguignon et alsacien.



### Bilan Label Vignobles et Découvertes

Au 31 décembre 2022

**30 établissements sont labellisés pour Colmar et son agglomération dont 1 nouvel entrant dans la démarche :**

- Le Kut'zig

#### Répartition des labellisés :

- 9 caves
- 9 hébergements
- 4 restaurants et bars
- 2 sites patrimoniaux
- 1 Office de tourisme
- 1 structure réceptive
- 3 activités
- 1 évènement

## Participation au Fascinant Week-end Vignobles et Découvertes

**La destination Auvergne Rhône-Alpes a initié le Fascinant Week-end en 2014. Cet événement s'est ensuite étendu aux vignobles d'Occitanie, puis d'Alsace et de Champagne. Repris par la Fédération Vignobles & Découvertes, il est organisé dans toute la France en 2022, dans l'optique d'en faire les journées nationales de l'œnotourisme chaque 3e week-end d'octobre.**

Cette année, l'évènement s'est déroulé du 13 au 16 octobre 2022 dans 50 vignobles labellisés Vignobles et Découvertes dont l'Alsace. L'OT coordonne la remontée de l'offre vers ADT.

Habitants et touristes peuvent (re)découvrir leurs vignobles autour d'un programme d'événements et d'animations mêlant activités sportives, culturelles et patrimoniales, insolites, gastronomiques, familiales et bien sûr ateliers autour du vin.

Dans le cadre d'un jeu France Bleu Belfort, l'Hôtel Beauséjour a offert un séjour d'une nuit sur le format « La grande boucle des vins d'Alsace » d'une valeur de 199€ .



**Les animations organisées par l'OT ainsi que les labellisés de Colmar et son agglomération :**

- Séjour "La grande boucle des vins d'Alsace" à l'hôtel Beauséjour de Colmar
- Visite guidée de Colmar, capitale des vins d'Alsace et dégustation au Domaine Karcher
- Visite Viticole Gourmande de Turckheim organisée par Mme Bulber - Gîte Ste Anne
- Dégustation 100% Alsace au Domaine Viticole de la Ville de Colmar
- Visite et dégustation Premium au Domaine St Remy de Wettolsheim



### PERSPECTIVES 2023 :

- Le Fascinant Week-End® revient du 19 au 22 octobre 2023
- Poursuite des actions de promotion Vignobles et Découvertes

# 8. SYNTHÈSE FINANCIÈRE

	2022	2021	2020
Ressources associatives	1 196 770 €	1 175 455 €	1 389 323 €
Ventes + Production l'exercice	1 874 386 €	1 294 434 €	194 215 €
Transferts de charges	22 259 €	14 877 €	22 752 €
Reprises sur provisions	9 395 €	46 866 €	4 422 €
Autres produits d'exploitation	3 776 €	37€	335 €
<b>Total des produits d'exploitation</b>	<b>3 106 586 €</b>	<b>2 531 670 €</b>	<b>1 611 046 €</b>
Achats consommés	449 714 €	250 025 €	66 047 €
Autres achats et charges externes	1 184 152 €	843 011 €	573 483 €
Impôts et taxes	51 390 €	41 259 €	52 234 €
Charges de personnel	1 112 157 €	772 612 €	824 947 €
Dotations aux amortissements	14 212 €	18 389 €	23 406 €
Dotations aux provisions	26 288 €	270 902€	108 874 €
Autres charges d'exploitation	338 €	556 €	116 €
<b>Total des charges d'exploitation</b>	<b>2 838 249 €</b>	<b>2 196 754 €</b>	<b>1 649 106 €</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>268 337 €</b>	<b>334 916 €</b>	<b>-38 060 €</b>
Résultat financier	6 056 €	1448 €	842 €
<b>Résultat courant</b>	<b>274 393 €</b>	<b>336 364 €</b>	<b>-37 218 €</b>
Résultat exceptionnel	-	626€	7 959 €
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>274 393 €</b>	<b>336 991 €</b>	<b>- 29 259 €</b>

# 9. RESSOURCES HUMAINES

## FAITS MARQUANTS

Entre 2019 et 2022, une réduction de plus de 7.21 ETP a été opérée. Tous les départs l'ont été sous forme de départs volontaires : retraite, évolution professionnelle, raison personnelle, création d'entreprise, fin de CDD. Le retour à une activité touristique normale a nécessité un renforcement des équipes d'accueil, sans pour autant permettre aux équipes ingénierie-événementiel-support de regagner des plans de charge plus allégés.

### ACCUEILLIR : LE COEUR DE MÉTIER

60% des ETP sont entièrement dédiés à l'accueil et au réceptif



Au 31 décembre 2022, l'effectif total était de 23,29 ETP, dont 10,2 ETP entièrement dédié à l'accueil et 3,8 dédiés au réceptif. Les personnes entièrement dédiées à l'accueil sont le nombre minimum de personnel nécessaire pour assurer l'ouverture du site de Colmar ainsi que celui de Turckheim tout au long de l'année.

L'équipe dû être renforcée en 2022 par un CDD de 9 mois pour la période allant du 04/04 au 31/12 (avant 2020, ce sont deux CDD de renfort des équipes qui étaient mis en place).

### UNE MASSE SALARIALE QUI ÉVOLUE

Le dispositif d'activité partielle accordé par l'Etat dans le cadre de la crise sanitaire a pris fin en juillet 2021. L'année 2022 a donc constitué une année complète en termes de masse salariale pour la première fois depuis 3 ans.

Dans un contexte économique compliqué, l'année 2022 a été marquée par un questionnement global autour du statut et de la rémunération des salariés du secteur touristique. L'hôtellerie-restauration n'a pas été le seul secteur à débloquent des moyens pour ses salariés. Ainsi, le point d'indice relevant de la convention collective nationale des organismes de tourisme a vu son point d'indice augmenter de 4% à partir du 1er octobre 2022. Pour mémoire, les salariés des offices de tourisme sont en moyenne très formés (bac+2 à bac+5), parle deux, voir trois ou quatre langues pour certains et travaillent les week-ends et jours fériés.

Parallèlement, pour pouvoir encore contrer les pertes de pouvoir d'achat, des Tickets Restaurant ont été mis en place en novembre 2022.

### Impact de la crise sanitaire



Une grande adaptabilité des équipes a été nécessaire pour faire face à un niveau d'absentéisme pour maladie important ces trois derniers exercices.

En 2022, ce sont 893 jours d'arrêts de travail pour maladie qui ont été comptabilisés (contre 773 en 2020 et 479 en 2021).

Le 1er trimestre 2022 a été marqué par une moyenne à plus de 3 ETP en arrêt maladie, essentiellement lié au COVID-19. Par ailleurs, plusieurs arrêts de longue durée ont aussi impacté l'année.

La fréquence et la récurrence des arrêts ont été déstructurants, notamment pour les équipes d'accueil et de réceptif qui ont dû faire preuve de beaucoup d'adaptabilité.

### Resserrer les liens, approfondir le territoire



1/2 journée d'Incentive et d'approfondissement des connaissances du territoire à Turckheim le 31 mai 2022

Une 1/2 journée de Team Building a été organisée en mai 2022 afin de permettre aux équipes de se retrouver après une crise sanitaire qui a impacté tout le monde. Ce moment a également été l'occasion d'approfondir la connaissance du territoire de Turckheim.

# 10. PLAN D'ACTION 2023

## A POURSUIVRE LA STRATÉGIE ÉVÉNEMENTIELLE À VOCATION TOURISTIQUE ET DURABLE

- Organiser Colmar fête le Printemps
- Organiser le Festival International de Musique Classique
- Organiser les Marchés de Noël

## B STRUCTURER L'OFFRE TOURISTIQUE DE L'AGGLOMÉRATION DE COLMAR

- Poursuivre l'intégration des richesses de l'agglomération sur l'ensemble des supports de communication
- Impulser et accompagner le développement des itinéraires de randonnée, trail, VTT et vélo

## C FÉDÉRER LES SOCIOPROFESSIONNELS

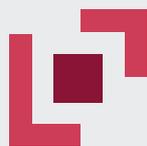
- Poursuivre les temps de rencontre et d'échange avec les socioprofessionnels
- Poursuivre la réflexion sur les services aux adhérents

## D AXER LA PROMOTION SUR DES CLIENTÈLES UTLRA CIBLÉES

- Mettre en place le programme de promotion sur les marchés et des clientèles ultra ciblées, y compris les clientèles issues du tourisme d'affaires
- Préparer la refonte du site internet amiral en lien avec l'évolution des besoins utilisateurs et en intégrant mieux les communes de l'agglomération
- Poursuivre le déploiement des outils de commercialisation

## F OPTIMISER L'ORGANISATION INTERNE EN PHASE AVEC LES ENJEUX MAJEURS

- Optimiser l'organigramme en fonction des compétences de chacun
- Préparer les départs en retraite et renforcer les équipes d'accueil
- Poursuivre la numérisation des pratiques internes
- Poursuivre la recherche de nouveaux centres de profit et programmer les gros investissements



**Colmar**  
L'Alsace essentielle <sup>®</sup>

**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](https://facebook.com/colmar.alsace)
-  [twitter.com/Colmar\\_tourisme](https://twitter.com/Colmar_tourisme)
-  [youtube.com/Ot-colmarFr](https://youtube.com/Ot-colmarFr)
-  [instagram.com/colmar\\_tourisme](https://instagram.com/colmar_tourisme)
-  [tiktok.com/@colmartourisme](https://tiktok.com/@colmartourisme)

[www.tourisme-colmar.com](http://www.tourisme-colmar.com)