

## COLMAR, L'ÂME DE NOËL 2022 / BULLETIN DE CONJONCTURE N°7

# 24 novembre au 29 décembre 2022

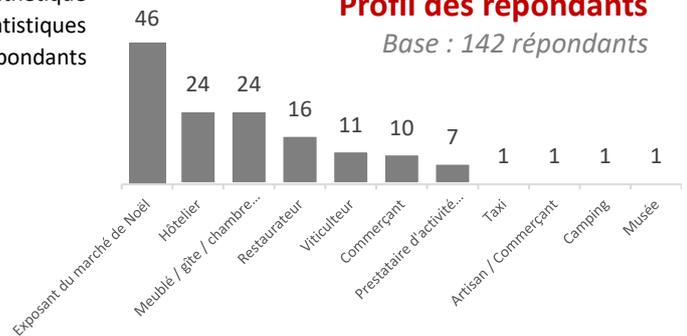
Les enquêtes de conjoncture sont des enquêtes qualitatives qui offrent une vue synthétique d'une opinion au mois le mois. Obtenues très rapidement, plus tôt que les statistiques quantitatives, leur qualité dépend de la mobilisation du panel cible. Merci aux 142 répondants de Colmar et sa région ayant répondu à cette vague d'enquête conjoncturelle.

### Qualité de la représentativité :

- Hôtels / RT / AJ / C.
- Expositants MdN
- Viticulteurs / brasseurs
- Meublés /gîtes
- Prestataires d'activités
- Taxis
- Restaurants
- Commerces

### Profil des répondants

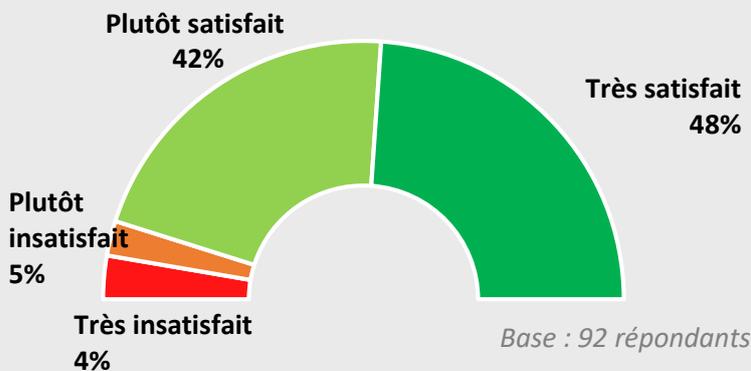
Base : 142 répondants



## PERCEPTION DES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES, COMMERCES ET ACTIVITES

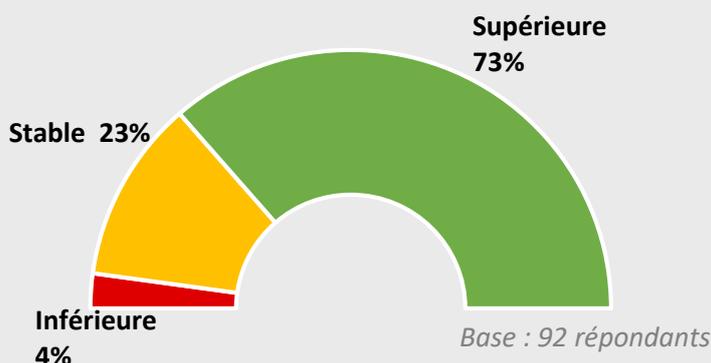
### SATISFACTION VIS-A-VIS DE LA FREQUENTATION

La fréquentation pour Noël 2022 est jugée satisfaisante par 90% des répondants.



### EVOLUTION DE LA FREQUENTATION

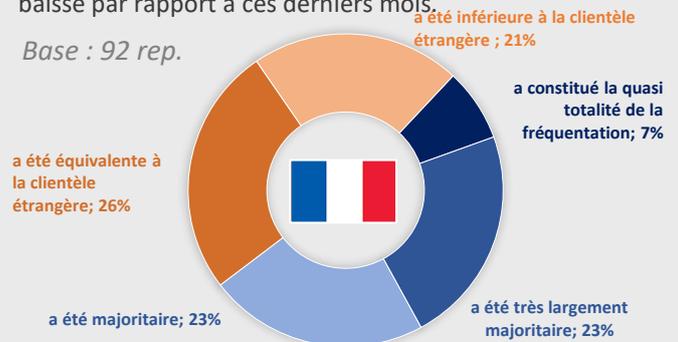
La fréquentation pour Noël 2022 est jugée stable à supérieure par rapport à Noël 2021 par 96% des répondants.



### PART DE LA FREQUENTATION FRANÇAISE

La clientèle internationale effectue un net retour par rapport à Noël 2021. Les Français ont constitué la clientèle principale de 53% des établissements, un indicateur en baisse par rapport à ces derniers mois.

Base : 92 rep.



### PERCEPTION DES PRINCIPALES CLIENTELES INTERNATIONALES

- 1 Espagne
- 4 Allemagne
- 2 Belgique
- 5 Italie
- 3 Suisse
- 6 USA / Canada

Base : 92 répondants

### TAUX D'OCCUPATION MOYENS ESTIMES

**91%**  
HOTELS

Min : 74% / Max : 96%

Base : 24 répondants

**84%**  
MEUBLES

pour les vacances scolaires

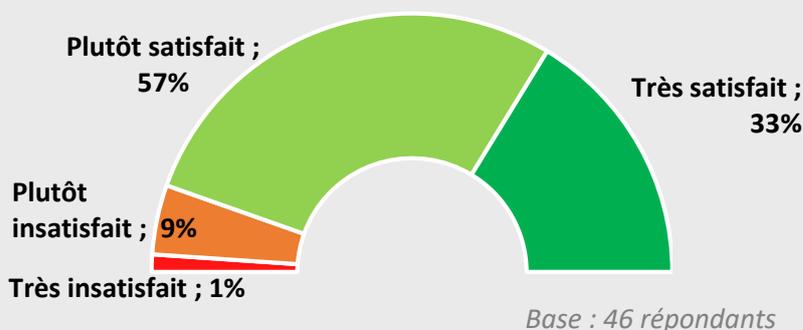
Source Conj. non significative / Source ARTGE

Lors des week-ends des Marchés de Noël, les taux d'occupations sont montés autour de 99% pour les hôtels et 90% pour les meublés. Au global, les prix moyens hôteliers sont en augmentation.

## PERCEPTION DES EXPOSANTS DES MARCHES DE NOËL

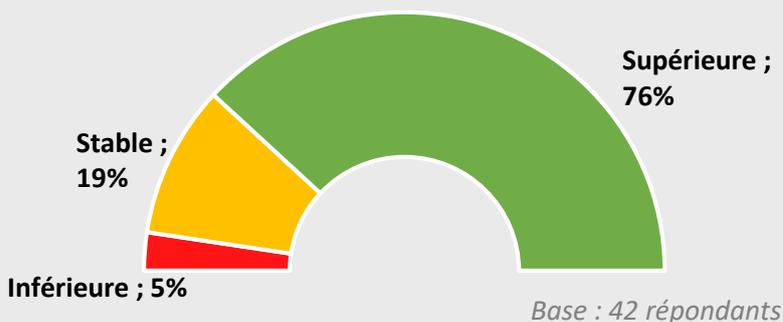
### SATISFACTION VIS-A-VIS DE LA FREQUENTATION

La fréquentation pour Noël 2022 est jugée **satisfaisante par 90%** des répondants par rapport à Noël 2021.



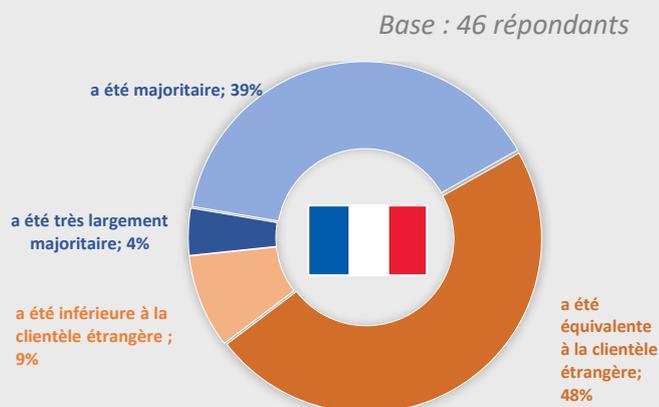
### EVOLUTION DE LA FREQUENTATION

La fréquentation pour Noël 2022 est jugée **stable à supérieure par rapport à Noël 2021 par 95%** des répondants.



### PART DE LA FREQUENTATION FRANÇAISE

57% des répondants estiment que la part des clients français a été équivalente ou inférieure à la proportion des clientèles internationales.



### PERCEPTION DES PRINCIPALES CLIENTELES INTERNATIONALES

Base : 42 répondants

- |             |                |
|-------------|----------------|
| 1 Espagne   | 4 Belgique     |
| 2 Suisse    | 5 Italie       |
| 3 Allemagne | 6 USA / Canada |

## AUX COMPTOIRS DE L'OFFICE DE TOURISME

Le volume de demandes de renseignements est toujours en baisse par rapport à Noël 2019 (-5%) mais en nette hausse par rapport à Noël 2021 (+28%). 50% des demandes de renseignements aux comptoirs proviennent de l'international et la moitié de ces dernières est issue des clientèles espagnoles. Les clientèles du Grand Est et de l'Île de France restent très représentées.

Les ventes de CityPass ont progressé de +11% par rapport à Noël 2021.

### Origine des demandes de renseignements aux comptoirs

#### FRANCE (50%)

1	Grand Est	20%
2	Île-de-France	19%
3	Auvergne-Rhône-Alpes	13%
4	Hauts-de-France	8%
5	Bourgogne-Fr.-Comté	6%

#### INTERNATIONAL (50%)

1	Espagne	48%
2	Italie	11%
3	Allemagne	10%
4	Belgique	9%
5	Suisse	5%

## ANALYSE

- La hausse de fréquentation par rapport à Noël 2021 a été largement ressentie par le tissu touristique.
- La fréquentation en semaine semble avoir progressé, lissant ainsi les effets de pics habituellement constatés le week-end. La semaine de froid et de neige avant les vacances scolaires a négativement impacté la fréquentation.
- Les exposants, hors alimentaires, font globalement état d'une baisse de panier moyen.
- La présence des groupes, qui avait cruellement fait défaut l'an dernier, a été multipliée par 1,7 par rapport à 2021 et retrouve un niveau similaire à 2019.

## FACTEURS EXPLICATIFS

D'après les répondants

- + FIN DU COVID
- METEO DEFAVORABLE
- INFLATION
- + DECORS EN VILLE
- + NOTORIETE DES MARCHES

## RETOMBÉES PRESSE

Plus de 60 retombées presse (PQR, nationale, internationale) ont été comptabilisées dont TF1, France 2, Télématin, Géo France, National Geographic Espagne et UK, El Pais, BBC CWR, TV5 Monde.