

Rapport d'activités 2024



1. INTRODUCTION

RAPPORT MORAL



Chers partenaires,

L'année 2024 s'inscrit dans la continuité d'une dynamique engagée depuis plusieurs années. Si les résultats sont globalement positifs, ils doivent être lus avec lucidité et discernement : le tourisme dans notre agglomération progresse, mais dans un contexte où les attentes des visiteurs évoluent vite, où les contraintes s'intensifient, et où notre défi est de rendre possible la cohabitation avec les citoyens de notre territoire.

Les indicateurs clés témoignent d'une activité soutenue, sans pour autant masquer les disparités ou les points de vigilance. La fréquentation reste solide et les clientèles internationales confirment leur retour. Nos visites guidées, nos événements phares continuent de fédérer et de séduire un large public.

Ces succès, nous les devons à la mobilisation de tous. Mais nous savons aussi que le tourisme est un secteur en transformation rapide. Face à l'enjeu de la transition durable, aux mutations numériques, aux nouveaux comportements de voyage, nous ne pouvons pas nous reposer sur nos acquis. L'année écoulée a vu naître ou se consolider de nombreuses actions structurantes : développement de l'offre vélo, enrichissement de nos outils de communication, évolution des pratiques internes, montée en gamme de notre Convention Bureau, ou encore renforcement de notre réseau de partenaires.

Notre stratégie 2021-2025, prolongée jusqu'en 2026, reste notre fil conducteur. Elle nous pousse à valoriser toutes les communes de l'agglomération, à mieux faire connaître leurs singularités, et à promouvoir une destination équilibrée, lisible, accueillante. C'est dans cet esprit que nous abordons 2025: avec envie, mais aussi avec méthode. Nous continuerons d'investir dans la qualité de l'accueil, la formation de nos équipes, la visibilité de notre territoire, tout en restant attentifs aux signaux faibles qui façonnent le tourisme de demain.

Je tiens à remercier très sincèrement toutes celles et ceux qui, chaque jour, contribuent à faire vivre cette destination. Ce rapport d'activité est aussi le reflet de votre implication. Ensemble, poursuivons ce travail au service d'un tourisme à la fois réaliste, ambitieux et profondément humain.

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

SOMMAIRE

1. INTRODUCTION

- Rapport moral 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 2024 9
- Marchés prioritaires en 2024 12

2. PROMOTION

- Promotion Loisirs 13
- Promotion Affaires 14

3. COMMUNICATION

- Éditions 16
- Guide de destination 17
- Relations presse & influenceurs 18
- Sites Internet 21
- Réseaux sociaux 22

4. COMMERCIALISATION

- Visites guidées 24
- Colmar City Pass 25
- Agence réceptive loisirs 26
- Convention Bureau : réceptif affaires 27

5. ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS

- Développement partenaires 28
- Observatoire touristique 29
- Échanges avec les partenaires 30

6. ACCUEIL & BOUTIQUE

- Accueil et information du public 31
- Boutique 32

7. STRUCTURATION DE L'OFFRE

- Bilan événementiel 33
- Marque Qualité Tourisme 36
- Démarches de labellisation 37

8. SYNTHÈSE FINANCIÈRE

- Synthèse financière 38

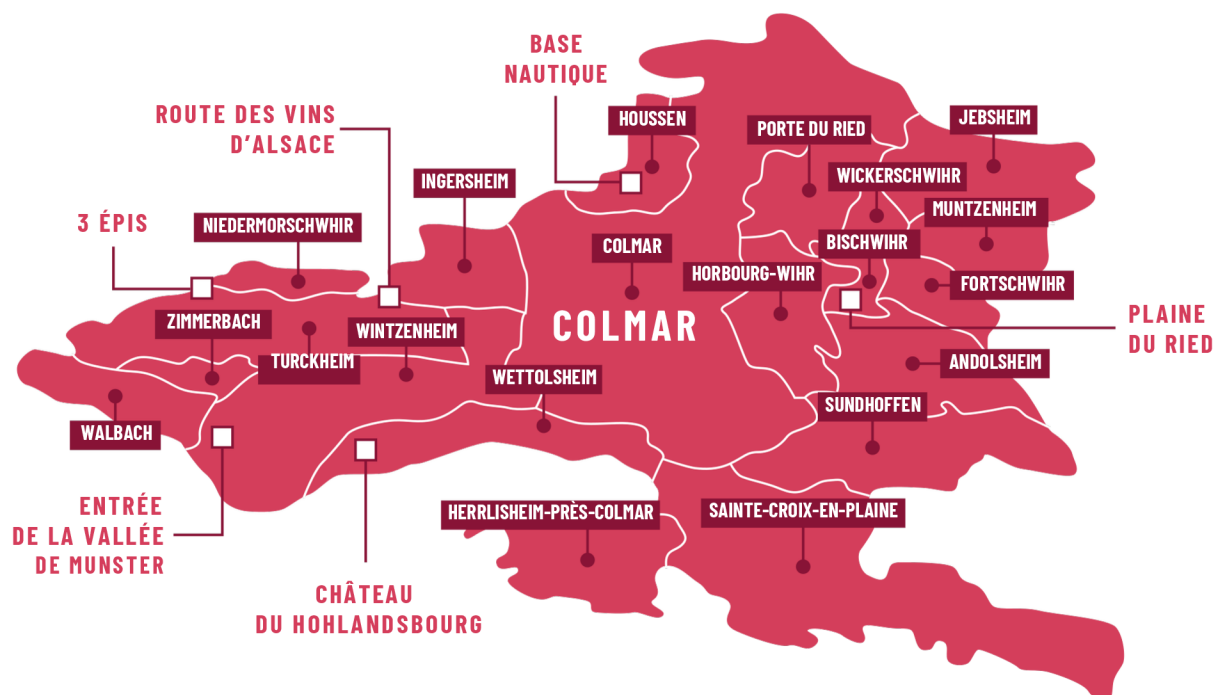
9. RESSOURCES HUMAINES

- Faits marquants 38

10. PLAN D'ACTION 2025

- Plan d'action 2025 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-MORALES
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

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-MORALES

Secrétaire adjoint

- Sylvie MEYER

Trésorier

- Olivier ZINCK

Trésorier adjoint

- Raphaël KEMPF

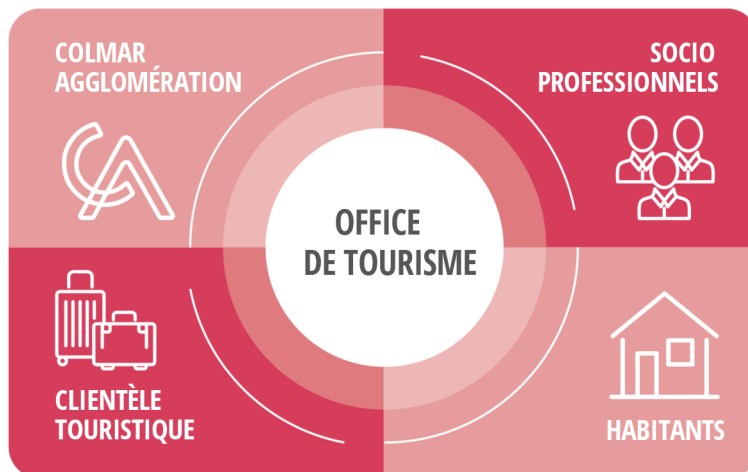
- Jacques GEISMAR
- Céline KERN
- Benoît SCHLUSSEL



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 2024 a poursuivi sa dynamique positive dans l'hôtellerie de l'agglomération de Colmar pour dépasser les niveaux de performance de 2019. La saison estivale a été extrêmement positive, de même que la période de Noël.

En 2024, le taux d'occupation moyen dans l'hôtellerie aura été de 71%, soit en hausse de 3 points par rapport à 2023.

Taux d'occupation dans les meublés

En 2024, le taux d'occupation moyen annuel dans les meublés de tourisme était de **47,4%**.

(-7 pts par rapport à 2023 - taux impacté par une hausse des offres)

(Source : ARTGE - avril 2025)

Taux d'occupation

moyen annuel dans l'hôtellerie de chaîne de Colmar Agglomération (MKG-ARTGE)

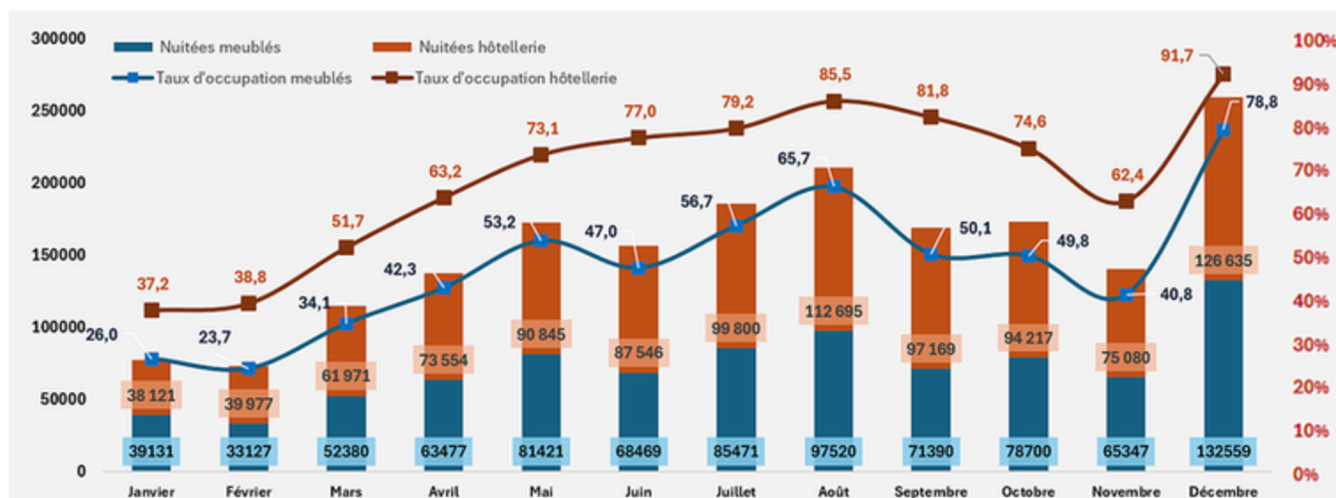


2019	67 %
2020	23 %
2021	42 %
2022	64 %
2023	69 %
2024	71 %

En 2024, 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 plus de 259k nuitées qui ont été générées (+7,7% par rapport à 2023).

Volume de nuitées et taux d'occupation mensuel pour les meublés de tourisme et pour l'hôtellerie en 2024

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



Volume et répartition des "places-lits" disponibles dans l'agglomération de Colmar, hors meublé et non-marchand - 2024

(Source : ARTGE)

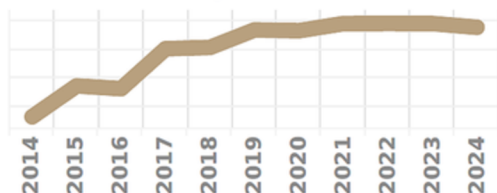
15388

4%

de l'offre régionale (1)

4%

(estimé) des nuitées régionales (2)
si VIDE égale à moins de 1%



Evolution des "places lits" hors LOCATIONS (1)

L'Agglomération de Colmar compte 15 388 places-lits (en baisse de -4,3% par rapport à 2023), ce qui constitue 4% de l'offre régionale du Grand Est. Plus de la moitié de ces places-lits sont relatives à l'hôtellerie.

Places Lits LOCATIONS	7993 (52%)
Places Lits HOTELS	4734 (31%)
Places Lits CAMPINGS	1530 (10%)
Places Lits RESIDENCES TOUR.	1002 (7%)
Places Lits AUBERGES JEUN.	129 (1%)

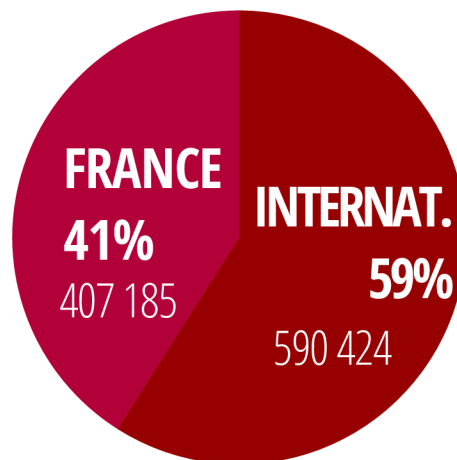
LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES SONT DE RETOUR EN 2023

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



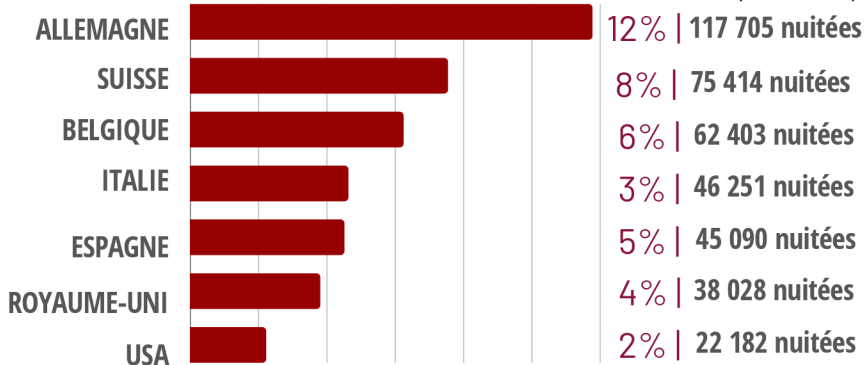
En 2024, ce sont 997 134 nuitées qui auront été comptabilisées par l'INSEE sur l'agglomération.

Répartition des nuitées hôtelières dans l'agglomération de Colmar pour l'année 2024 par nationalité (Source INSEE)



LES NATIONALITÉS LES PLUS PRÉSENTES DANS L'HÔTELLERIE DE COLMAR AGGLOMÉRATION EN 2024

(Source INSEE)



en % des nuitées totales France + International



RECORD



En décembre 2024, comme en 2023, les Espagnols ont constitué la 1ère clientèle dans l'hôtellerie (14 817 nuitées), loin devant les 2ème (Italie) et représentant ainsi 19% des nuitées étrangères.



BILAN SYNTHÉTIQUE DU PLAN D'ACTION 2024

A

POURSUIVRE LA STRATÉGIE ÉVÉNEMENTIELLE À VOCATION TOURISTIQUE ET DURABLE



- Organiser Colmar Fête le Printemps
- Organiser les Marchés de Noël

Organisation de Colmar Fête le Printemps

Malgré une météo maussade, Colmar Fête le Printemps a conservé une dynamique intéressante et les retombées médiatiques liées à la ferme en ville participent à la belle dynamique de l'évènement.

Organisation des Marchés de Noël

Les Marchés de Noël 2024 se sont tenus dans un contexte de fréquentation toujours aussi important avec des dates raccourcies de quelques jours. La réflexion autour des enjeux durables s'est poursuivie amenant à des actions fortes, tout particulièrement autour les questions liées à la gestion des déchets. 2024 a également été une année d'investissement sur les chalets.

B

STRUCTURER L'OFFRE TOURISTIQUE DE L'AGGLOMÉRATION



- Poursuivre et accompagner la dynamique de structuration d'offre thématique
- Adapter les outils de médiation
- Poursuivre l'intégration des richesses de l'agglomération sur les supports

Dynamiques liées à la structuration de l'offre thématique

- Travail de pédagogie et d'accompagnement vers les labels Accueil Vélo et Vignobles & Découvertes
- Travail de structuration des axes de randonnées en lien avec l'agglomération et les communes

Réalisations liées à l'adaptation des outils de médiation

- Création d'une carte touristique de l'agglomération achevée fin 2024 et publiée début 2025

Poursuite de l'intégration des richesses de l'agglomération sur les divers supports

- Inflexion de la ligne éditoriale des réseaux sociaux
- Guides découvertes liés au territoire communautaire
- Augmentation du nombre de prestataires de l'agglomération dans l'offre réceptive
- Refonte du site web consacré à Noël avec un vision territoriale élargie

C

FÉDÉRER LES SOCIOPROFESSIONNELS



- Poursuivre la réflexion sur les services aux adhérents
- Poursuivre la diffusion des information multi-canaux
- Instituer des temps d'échange plus réguliers

Mieux connaître les acteurs du tissu touristique

- Poursuite du recensement des nouveaux acteurs / prestataires du tourisme sur le territoire

Animer le réseau

- Animation des réseaux Linked In
- Restructuration de la rubrique pro sur site web
- Diffusion de la rubrique Observation du site web

Agir en tant que facilitateur d'activité

- Poursuite de la réflexion autour des services aux adhérents (guide du partenaire)
- Poursuite des supports dédiés à leur visibilité (guide de destination ; approche bi-annuelle)
- Restructuration des parties réceptives et affaires du site web

Mettre en place un discours et une action de la Qualité au sens large

- Poursuite des travaux du groupe de réflexion Qualité Destination
- Obtention de la Marque Qualité

C

COMMUNIQUER DE FAÇON ADAPTÉE DANS L'INTERÊT DU TERRITOIRE



- Mettre en place le programme de promotion sur les marchés cibles de proximité
- Faire évoluer les site internet amiral en lien avec l'évolution de la démarche et en intégrant mieux les communes de l'agglomération
- Renouveler le site web du Colmar Convention Bureau

Travail sur les clientèles cibles

- En 2024, des accueils de presse plus sélectifs pour des articles de fond qui permettent de sortir des poncifs colmariens en invitant les futurs visiteurs à s'ouvrir aux autres atouts de notre destination Colmar Agglomération et toujours en lien avec nos partenaires ADT ou Alsace Essentielle.

Tourisme d'affaires

- Travail intensifié sur l'évolution de l'image de la destination affaires qu'est Colmar.
- Dynamique de production de contenus en lien avec le MIA
- Actions de promotion diversifiées mais principalement axées sur l'Allemagne et la Suisse

Adaptation des outils numériques

- Préfiguration du nouveau site web Affaires et participation à la refonte du site web du MIA
- Renforcement de la présence du Meet & Connect (Explore Grand Est)

E

POURSUIVRE LA STRATÉGIE D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION ET DES FLUX



- Poursuivre l'optimisation du parcours d'accueil client avant, pendant, après
- Poursuivre la formation des personnels à la bonne connaissance du territoire
- Obtenir la Marque Qualité Tourisme et débiter le renouvellement du classement de l'OT

Poursuite de l'optimisation du parcours client

- Préparation de l'évolution du site web de l'OT via une restructuration des informations délivrées aux touristes et un nouveau calendrier des manifestations hebdomadaires,
- Sondages post-séjour

Poursuite de la formation des personnels à la bonne connaissance du territoire

- Eductours
- Stammtisch ADT pour le Réceptif

Marque Qualité Tourisme et renouvellement du classement

- Obtention de la marque QT avec un taux de conformité de 91,2% sur 188 critères
- Constitution du dossier de classement pour la catégorie 1

E

OPTIMISER L'ORGANISATION INTERNE EN PHASE AVEC LES NOUVEAUX DÉFIS



- Unifier les outils et pratiques numériques pour plus d'efficacité et de productivité en interne
- Poursuivre la recherche de nouveaux centres de profits
- Avancer sur la mise en conformité RGPD et Qualité

Optimisation de l'organigramme, préparation des départs en retraite

- Restructuration du service Visites Guidées
- Formation continue pour les agents d'accueil
- Process de recrutement pour l'accueil

Numérisations des pratiques internes

- Migration des infrastructures vers esxiVsphere 8 et 7
- Mise à jour nos serveurs virtuels vers Windows 2016, Windows 2019 et 2022.
- Changement de solution de sauvegarde (Atempo)

Mise en conformité RGPD

- Conclusion de l'audit RGPD en avril 2024

MARCHÉS PRIORITAIRES EN 2024

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



PERSPECTIVES 2025:

Les marchés français, belge, allemand et suisse restent les priorités absolues. Un travail spécifique est mis en place sur les zones de proximité françaises, notamment au printemps pour l'événement "Colmar fête le printemps".

2. PROMOTION

L'année 2024 a poursuivi une dynamique efficiente avec des accueils de presse qualitatifs, souvent opportunistes, et des opérations promotionnelles ciblées, en cohérence avec les stratégies de l'ADT et d'Alsace Essentielle. Une approche consolidée avec une attention particulière portée aux marchés prioritaires et aux actions à forte valeur ajoutée.

L'alliance forte entre œnotourisme, gastronomie et culture engendre une offre unique et cohérente. permettent un positionnement affirmé susceptible d'attirer une clientèle exigeante, issue des catégories socio-professionnelles supérieures, à fort pouvoir d'achat. A cet axe fort, s'agrégent progressivement les problématiques des mobilités douces : trains, vélos, balades et randos...

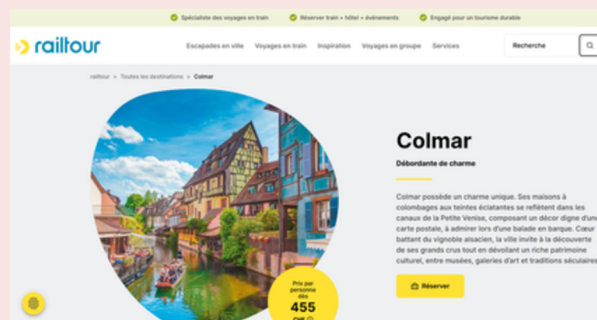
PROMOTION LOISIRS AVEC ALSACE DESTINATION TOURISME

Chaque année, l'ADT propose et organise de nombreuses actions de promotion communes. L'OT se positionne sur certaines présentant 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.

La Suisse, cible privilégiée de 2024

En collaboration avec Alsace Destination Tourisme et les Offices de Tourisme de Strasbourg et du Mulhouse, une opération a été construite avec l'opérateur RailTour -Frantour. Une opération qui a permis de se positionner en tant que destination accessible en train auprès d'une clientèle à haut pouvoir d'achat ; via une campagne multi-canaux :

- Insertions brochures
- Landing pages dédiées
- Newsletters
- Publications réseaux sociaux
- Spot instore-TV
- Offre sur écran de la CFF



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 ses richesses à de nombreux journalistes notamment allemands.

PROMOTION LOISIRS 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.

Destination Vignobles à Angers 2 et 3 octobre 2024

Participation au salon "Destinations Vignobles", rendez-vous incontournable de l'œnotourisme en France, réunissant les prestataires spécialisés du secteur et des agences de voyages et TO internationaux : 25 contacts



Expo du Vélo à Strasbourg 21 et 22 septembre 2024

Promotion de Colmar et de l'Alsace Essentielle comme terre de vélo, auprès d'une clientèle de proximité.



PROMOTION « AFFAIRES » AVEC LE COLMAR CONVENTION BUREAU

En 2024, le Colmar Convention Bureau, en étroite collaboration avec le collectif Meet in Alsace, a renforcé sa présence et sa visibilité sur le marché du tourisme d'affaires en Alsace à travers une stratégie de promotion structurée autour de trois axes principaux :

- la participation à des salons professionnels
- une communication ciblée dans la presse spécialisée
- un déploiement accru de la stratégie digitale

5 Salons professionnels et Workshops

La participation à plusieurs salons et workshops B2B a permis de promouvoir l'offre MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) en Alsace auprès de prescripteurs français et internationaux. Ces événements ont constitué des opportunités clés pour présenter les atouts de Colmar et de l'Alsace comme destination d'affaires accessible, authentique et professionnelle.



- Workshop Alsace Connect à Strasbourg - 12.03.2024
- Roadshow Allemagne + Suisse : MICE Club à Stuttgart 18.09.2024 et à Bâle 10.10.2024
- Assistants Day à Zurich - 03.09.2024
- BBT online SUMMIT NRW à Cologne - 05 et 06.11.2024

Communication Presse et visibilité dans les médias spécialisés

Pour renforcer la notoriété de la destination auprès des organisateurs d'événements, plusieurs publi-rédactionnels ont été diffusés dans des magazines spécialisés en tourisme d'affaires.

- Production de contenus rédactionnels et alimentation de l'espace Blog "à la une" du site Meet in Alsace avec 15 articles pour les 3 villes (en 3 langues)
- Publication sur les réseaux sociaux : LinkedIn + Facebook Meet In Alsace (avec articles sponsorisés) + YouTube avec une playlist dédiée à Meet in Alsace - Tourisme d'affaires sur le compte Visit.Alsace
- Achat d'espaces publicitaires avec 6 insertions (+ reprises web et réseaux sociaux)

1. Guide annuel Séminaires Assistant(s) Plus
2. Journal hebdô Le Nouvel Economiste
3. Mag Courrier Cadres
4. Mag EcoRéseau Business
5. Mag Miss Money Penny (Suisse)
6. Mag Challenges - n° spécial Tourisme d'Affaires Grand Est



Retombées Communiqués de Presse diffusés

Articles dans
LaNewsEvenement.fr
TendanceHôtellerie.fr,
inside.cookorico.com



L'Alsace : une identité marquée pour des événements qui vous ressemblent

L'Alsace est un territoire accueillant et dynamique qui combine de façon unique chaque événement business sous une même identité : une identité marquée par un savoir-faire et une expérience singulière pour les participants.

4 raisons de choisir l'Alsace

- 1/ Une situation idéale au cœur de l'Europe, accessible par la route, le train et 3 aéroports de France (Strasbourg, Colmar, Mulhouse) et 2 aéroports de Suisse (Basel-Mulhouse, Fribourg, Schaffhouse) et de Belgique (Bruxelles, Liège, Charleroi).
- 2/ Une qualité de vie inégalée, qui rend l'Alsace une destination idéale pour les professionnels et les familles.
- 3/ Une destination internationale avec de nombreuses institutions européennes qui siègent à Strasbourg.
- 4/ Des lieux de congrès et de conférences de renommée internationale pour les professionnels.

Meet in Alsace

un collectif de services de l'organisation de votre événement

Le Collectif Meet in Alsace est une association à but non lucratif qui regroupe les trois bureaux des Conventions de Strasbourg, Colmar et Mulhouse et vise à promouvoir le tourisme d'affaires en Alsace. Ce collectif a pour mission de vous accompagner dans la planification de votre événement d'affaires en Alsace, de vous proposer des solutions innovantes et de vous offrir une expérience unique.



Bilan des diffusions sur les 3 réseaux Facebook, LinkedIn et X

44 diffusions, 4057600 affichages, 135200 interactions, 1 811 100 vues de vidéos





Dossier tourisme d'affaires Grand-Est

Première d'été à Strasbourg, l'ouverture de son nouveau parc des expositions, Strabourg débouche les bords de la Moselle.

L'Eurostradeparc a investi 120 millions d'euros pour ce bâtiment de 25000 m² conçu par le cabinet d'architecture japonais Kengo Kuma & Associés, dont la gracieuse et vivante façade à Strabourg (Grand-Est) accueille l'événementiel d'été. L'objectif : positionner Strabourg comme une destination de référence pour l'organisation de congrès et événements nationaux et internationaux. Pour faire la différence, le nouveau parc des expositions a aussi tenu à la création d'un véritable pôle événementiel, grâce à la coopération avec le Palais de la musique et des congrès voisins. Situé en 2014, ce dernier dispose de trois auditoriums (1500, 1200 et 1000 places), vingt-trois salles de 1000 m² d'exposition d'exposition. Bien sûr, le lieu s'est équipé d'un studio 4K avec une LED de 7 mètres pour les événements hybrides. Les résultats sont à la hauteur des attentes et Strabourg peut désormais à la septième place des villes de congrès françaises. L'an dernier, les deux équipements ont accueilli 250 manifestations (congrès, conventions, salons, spectacles...), ce qui est un peu plus de 60000 personnes. Pour continuer le développement de ce pôle, la ville a lancé un appel à projets de congrès et de conférences en 2023, en 2023 les deux MICE ont accueilli.



Alsace Ensemble, c'est tout !

PAR THIERRY BUCHNER

Régions dans le collectif Meet in Alsace, les villes de Strasbourg et Mulhouse, mais également Colmar, parviennent à leur complémentarité et multiplient les infrastructures pour convaincre les entreprises de mettre le cap à l'Est.

RÉDACTION EN CHEF : CAROLINE BRUN, SCIENCE FUTURE NEWS



Le palais conventionnel de Strabourg accueille des événements de prestige.

des mandataires (sur site par exemple), de nombreuses réunions politiques remplissent les salles d'hôtel. En outre, elles sont portées par les entreprises des pays limitrophes - notamment l'Allemagne - mais aussi du Grand-Est et de l'Île-de-France, qui accueillent l'ambassade de Strasbourg et ses efforts en matière de développement durable, en phase avec leur propre politique RSE. En Alsace, l'ouverture récente du tiers-lieu Kaleidoscoop, avec espaces de réunion (jusqu'à 100 personnes). Les lieux de prestige qui accueillent des événements et des salons s'ajoutent à leur côté géométrique : le palais universitaire, la

Villa Quai Stems de style Renaissance, les salons Second Empire du château de Poutatville ou la Villa Kugel de style Jugendstil. Les salons et les jardins (35 personnes), situés dans le quartier de Neudorf, classé par l'Unesco.

Pour donner davantage de visibilité à cette opération, les agences événementielles locales partent sur la gastro-tourisme. En marge du travail, les traditionnels salons et châteaux sont transformés en lieux de réception. À travers des food trucks couvrant des kilomètres de la ville et des artisans gastronomes dans de belles adresses : la Maison Kammerzell, célèbre hôtel du 17^e siècle où l'on apprécie une choucroute en contemplant la cathédrale, la brasserie Tiger, qui a récemment repris vie, pour une dégustation de bière accompagnée d'une tarte flambée, ou encore le Carreau Garibaldi, des caves en plein cœur de Strasbourg transformées en restaurant. L'Alsace reçoit le groupe Dadaïdes Prime Event, qui a récemment ouvert la brasserie Chêne Jaune dans l'ancien hôtel des postes de Strasbourg, de style néogothique. L'agence l'Écluse flaire le champagne en proposant une dégustation dans la ville sous l'angle de la bière, avec dégustation événementielle ! Tandis que ▶▶▶

Campagne de notoriété

La société HYPER a été retenue pour accompagner MIA dans le cadre d'une campagne de notoriété on line du 15/05 au 16/12/2024 (le but accroître la visibilité MIA auprès d'entreprises souhaitant organiser des événements professionnels en Alsace) : 278803 impressions générées, taux de clics à 3,23 % indique que les annonces étaient pertinentes

Communication Presse et visibilité dans les médias spécialisés

L'année 2024 a également été marquée par la diffusion du nouveau visuel de campagne Meet in Alsace, destiné à moderniser l'image du collectif et à capter l'attention de nouvelles cibles. Cette identité graphique repensée a été déclinée sur les supports numériques (site web, newsletters, réseaux sociaux), sur les documents de communication et sur des affiches lors de salons pour assurer une cohérence et une visibilité optimisée.



PERSPECTIVES 2025 : POURSUIVRE L'ÉLAN ET RENFORCER LA DYNAMIQUE

- Poursuivre les actions promotion / communication Meet in Alsace
- Cibler les marchés transfrontaliers et les entreprises locales organisatrices d'événements professionnels
- Valoriser les nouveautés MICE via les réseaux sociaux et une animation éditoriale régulière à travers la rédaction et la diffusion d'articles thématiques - Posts Réguliers sur page LinkedIn CCB
- Renforcer la visibilité de la marque avec la poursuite de la campagne d'affichage sur des sites clés et stratégiques



Présence du Colmar Convention Bureau et de la destination sur le site explore-grandest.com avec l'ARTGE - rubrique MICE + promotion LinkedIn

3. COMMUNICATION

LES ÉDITIONS PAPIER DESTINÉES AU GRAND PUBLIC

La plupart de ces documents sont traduits en 3 langues (français, allemand, anglais).

Chaque année nous procédons à la réédition en nombre des plans touristiques de Colmar et de Turckheim.

NOMBRE D'EXEMPLAIRES ÉDITÉS EN 2024

- **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" :**
 - 20.000 ex. français
 - 5.000 ex. allemand
 - 5.000 ex. anglais
- **Le flyer "City Pass" :**
 - 10.000 ex. version trilingue
- **Le dépliant "Colmar, l'Âme de Noël" :**
 - 100.000 ex. français
 - 20.000 ex. allemand
 - 30.000 ex. anglais
 - 15.000 ex. espagnol
 - 15.000 ex. italien
- **Calendrier "Visites guidées individuelles"**
 - 5.000 ex. version trilingue



LES ÉDITIONS DESTINÉES AUX PROFESSIONNELLS

Dans le cadre de notre démarche continue d'approfondissement de la stratégie de développement touristique, ainsi que de la révision des pratiques internes de l'Office du Tourisme et de l'amélioration constante de la communication avec nos partenaires professionnels, il est essentiel que l'Office de Tourisme s'affirme comme l'interlocuteur principal et privilégié. Son rôle est de valoriser, de développer et de promouvoir l'ensemble des offres proposées par les prestataires locaux, afin de renforcer la visibilité et l'attractivité du territoire.

WWW.TOURISME-COLMAR.COM/IMAGES/2023/GUIDE2023-WEB.PDF



PERSPECTIVES 2025

- Mise à jour des documents d'accueil indispensables
- Actualisation du Guide de Destination
- Révision et nouvelle édition du Guide Partenaire



3ÈME ÉDITION DU GUIDE DE DESTINATION ET BILAN



UN PROJET COMMENCÉ EN 2021

La refonte du guide de destination a été lancée en 2021, aboutissant à une première édition en 2022. Ce projet ambitieux visait à mieux répondre aux attentes des prestataires locaux et des visiteurs. De nouveaux encarts ont été intégrés, accompagnés d'une offre commerciale repensée, plus lisible et accessible pour les socio-professionnels. En parallèle, les contenus éditoriaux ont été mis à jour et retravaillés avec soin.

Le résultat : un magazine moderne et attrayant, riche en suggestions diversifiées pour inspirer et accompagner les visiteurs tout au long de leur séjour.



UN BILAN EXTRÊMEMENT POSITIF APRÈS QUATRE ANNÉES D'ACTIONS

Les trois premières éditions ont su trouver leur public : l'ensemble des exemplaires papier - 55 000 par an - ont été intégralement distribués. À cela s'ajoute un fort engouement pour la version numérique, dont le nombre de consultations a dépassé celui des impressions papier, atteignant plus de 83 888 vues. La version estivale du guide a donc été consultée au total au moins 138 888 fois.



UNE ÉDITION HIVERNALE PENSÉE POUR ACCOMPAGNER LA MAGIE DE NOËL

Fort du succès rencontré par l'édition estivale, une version hivernale, exclusivement numérique, a de nouveau été développée. Accessible via un QR code présent sur les plans des marchés de Noël, elle a été consultée 32 207 fois.



UN GUIDE QUI VIENT ENRICHIR L'EXPÉRIENCE PROPOSÉE PAR LE SITE WEB DE LA DESTINATION

Conçu comme une véritable porte d'entrée vers la destination, ce guide a été enrichi de QR codes judicieusement intégrés tout au long de ses pages.

Ces liens interactifs invitent le lecteur à prolonger son exploration en ligne, en le redirigeant vers les différents sites de l'écosystème web de l'Office de Tourisme :

- contenus complémentaires,
- informations pratiques,
- suggestions personnalisées ou encore actualités en temps réel viennent ainsi enrichir l'expérience proposée.



Guide de Destination
2024



5 MILLIONS
LE NOMBRE DE PAGES VUES
SUR CALAMEO



PERSPECTIVES 2025

- Conception des supports d'accueil essentiels
- Actualisation du Guide de Destination
- Révision et réédition du Guide destiné aux partenaires

RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS

Dans la continuité des actions engagées en 2024, les marchés européens de proximité demeurent au cœur de notre stratégie de promotion. Cette stabilité nous a permis de consolider notre présence tout en poursuivant une ouverture progressive vers de nouveaux horizons. Ces démarches s'inscrivent dans une logique de diversification raisonnée, toujours en cohérence avec les axes stratégiques définis, notamment autour des thématiques fortes portées par le territoire.



DES COOPÉRATIONS FRUCTUEUSES ADT + ARTGE + OTSR

Dans la continuité des actions engagées ces dernières années, 2024 a confirmé l'efficacité des coopérations menées en matière d'accueil de presse, que ce soit en intelligence avec Alsace Destination Tourisme, l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est (ARTGE) ou encore l'Office de Tourisme de Strasbourg. Nous avons pu consolider notre stratégie d'accueil de presse et travailler la visibilité de notre destination sur des thématiques choisies. Pour autant, nous conservons notre libre-arbitre en refusant certains accueils qui ne répondraient pas à nos objectifs et nos attendus.

Néanmoins, ces collaborations ont permis de proposer des programmes de qualité, pensés de manière concertée, afin de répondre aux attentes des journalistes tout en valorisant les spécificités de notre territoire au sein d'une dynamique régionale cohérente.

Ci-dessous, quelques exemples d'accueils de ce travail collaboratif :



Télérama : un accueil organisé avec ADT pour un portrait de Bartholdi de deux pages



Huffington Post Italie : un accueil organisé avec l'ARTGE pour une mise en valeur de Colmar intégré dans un road trip sur le Grand Est : <https://bit.ly/3S90q7V>



Chexx.reisen : un accueil pour un site de voyage allemand : bit.ly/43Beeyf



Borsen : un accueil conjoint avec l'ARTGE pour ce magazine économique danois visant un lectorat CSP+



GEO : un accueil conjoint avec ADT pour mettre en valeur les maisons hôtelières chargées d'histoire : bit.ly/3H2FFbw



D'autres accueils ont été réalisés en 2024, toujours en partenariat :

- Avec l'ARTGE : The Insider Magazine et Linière Japon (parution en avril 2025)
- Avec Alsace Destination Tourisme : Visionen, Reisen und Geniessen
- Avec l'Office de Tourisme de Strasbourg : Travel Magazine: World, travel and culture (Pologne)

DES DEMANDES PRESSE EN ÉVOLUTION

Les accueils de journalistes sur le terrain sont globalement en baisse en raison de différents facteurs, mais les sollicitations restent nombreuses. Elles prennent plus régulièrement la forme d'un accompagnement à distance : demande d'informations ou de contacts ciblés, de contenus rédactionnels ou d'iconographies pour alimenter articles et reportages.

L'Office de Tourisme s'adapte à cette évolution en fournissant des ressources fiables et attractives, avec réactivité et précision.



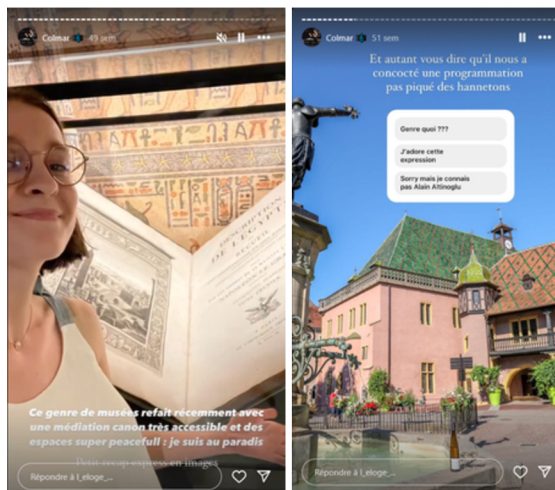
CONTINUER A FAVORISER L'ANGLE "CULTURE" POUR INTERESSER LES CLIENTÈLES CSP +

2024, renouvellement d'un seul accueil d'influenceur : L'Eloge, média culturel en ligne



Le compte Instagram L'Éloge se distingue par sa capacité à prescrire des contenus culturels de manière vivante et engagée. Sa ligne éditoriale, à la fois dynamique, spontanée et

affirmée, séduit principalement un public jeune, parisien et appartenant aux catégories socioprofessionnelles supérieures. Ce partenariat a permis de mettre en lumière les institutions culturelles de Colmar telles que nos musées et le Festival International de Colmar.



CONTINUER A CHERCHER LE GRAND FORMAT AFIN DE VALORISER TOUTE L'AGGLOMÉRATION

France Today

3 pages dans ce magazine anglo-saxon au lectorat CSP+ suite à un accueil organisé par notre Office de Tourisme



L'Essentiel

Magazine gratuit tiré à 65000 exemplaires, diffusée sur la zone de Montbéliard et Bourgogne Franche-Comté. Une vingtaine de pages sont consacrées à Colmar et ses alentours. Accompagnement de son rédacteur dans les thématiques que nous avons souhaité mettre en avant.



Un grand format radio le 13 décembre sur RCF Belgique

Une interview d'une quinzaine minutes qui a permis de parler de Colmar au delà des marchés de Noël et d'inviter les auditeurs belges à venir sur d'autres saisons et sur l'intégralité de l'agglomération.



PERSPECTIVES 2025 :

- Prolonger la politique d'accueil menée auprès des marchés prioritaires (France, Belgique, Allemagne) mais avec aussi une ouverture aux marchés secondaires (États-Unis ou Japon par exemple) si la demande est qualitative
- Rester à l'écoute des opportunités sur les marchés européens émergents



NOËL : CONQUÉRIR LE PUBLIC LOCAL ET PROMOUVOIR L'INTEGRALITÉ DU TERRITOIRE

Chaque année, Noël continue d'attirer l'attention des médias, en France comme à l'étranger.

Notre choix est de ne pas mener d'accueil de presse durant cette période sauf en très rares exceptions qui serviraient des objectifs bien précis. Les demandes sont étudiées au cas par cas, lorsque le format proposé permet un vrai travail de fond, notamment pour expliquer les enjeux liés à la gestion de la fréquentation comme cela a été particulièrement le cas en 2024 avec la mise en place du dispositif "Lutin Futé" qui a attiré de nombreux médias : TF1, Zone Interdite... Ces occasions sont précieuses pour faire de la pédagogie et partager une vision plus responsable et durable de l'événement.

En valorisant les coulisses, les engagements et les efforts déployés pour préserver la qualité de vie locale, nous contribuons à redonner une image plus apaisée et positive de Noël auprès du public local. C'est une tonalité globale observée dans les articles de la presse quotidienne régionale.



Emission sur ICI Alsace (encore France Bleu en 2024) en direct de 16h à 19h depuis le Marché de Noël, place des 6 Montagnes Noires. Une occasion unique de s'adresser à un public local alsacien en promouvant des événements autour de Colmar, comme le Marché des Lutins à Turckheim.

A noter que les accueils de presse ou de blogueurs / influenceurs ne sont pas pris en charge à Noël et que de nombreux médias viennent à Colmar à cette période, sans solliciter l'aide de l'OT pour réaliser leurs sujets. TF1 ou M6 sont régulièrement dans ce cas de figure. Aucune publicité ni action de promotion payante n'est effectuée par l'OT à propos des marchés de Noël depuis maintenant presque 10 ans.

COLMAR FÊTE LE PRINTEMPS : UN ÉVÉNEMENT EN QUÊTE DE VISIBILITÉ



« Colmar fête le Printemps » bénéficie aujourd'hui d'une belle reconnaissance locale. L'événement est bien identifié par le public régional, qui apprécie chaque année ses marchés, son ambiance fleurie et l'attractivité qu'il apporte au centre-ville. Cette identification s'accompagne d'une visibilité locale par des retombées notamment dans la presse quotidienne régionale. Comme en 2023, la place des Dominicains a accueilli le temps d'une journée France Bleu Alsace pour deux émissions spéciales en direct.

Toutefois, sa notoriété reste encore limitée à l'échelle nationale et internationale en terme d'intérêt médiatique. Afin de travailler cette visibilité, en 2025, un accueil de presse a été par l'Hôtel Le Maréchal en collaboration avec l'Office de Tourisme, permettant à des journalistes de médias nationaux et internationaux de découvrir l'événement sur le terrain.

Une étape importante pour élargir le rayonnement de ce rendez-vous printanier au-delà de l'Alsace.

LES SITES INTERNET

L'OT administre au total six sites internet.

STATISTIQUES DES VISITES DES PRINCIPAUX SITES INTERNET 2024

SITES INTERNET	2023	2024	ÉVOLUTION
tourisme-colmar.com	1 465 049	1 530 322	+3.59 %
noel-colmar.com	541 044	841 000	+55%

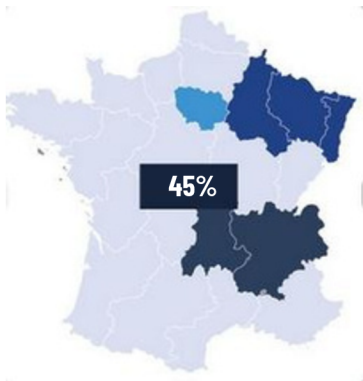


Taux de fréquentation des visiteurs français en 2024 : **45,29%**

1. Grand Est : 15,49%

2. Île-de-France : 9,42%

3. Auvergne-Rhone-Alpes : 3,86%



Taux de fréquentation des visiteurs étrangers en 2024 :

1.ALLEMAGNE : 27,39%

2. SUISSE : 5,95%

3. USA : 3.9 %



CUMUL SITES NOËL & DESTINATION

NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES

2024 : 2 371 322

2023: 2 003 132

2022 : 1 567 436

2021 : 643 633

PAGES VUES

2024 : 4 926 710

2023 : 2 740 406

2022 : 4 322 115

2021 : 3 303 896

DURÉE MOYENNE DE VISITE

50 secondes en 2023

48 secondes en 2022

1mn48 en 2021

Les statistiques web, un sujet délicat en 2024

2024 a été marqué par un changement important dans la collecte des statistiques web. La mise en conformité RGPD de Google a profondément modifié les indicateurs disponibles, de plus les navigateurs web bloquent de plus en plus les relevés statistiques et les intelligences artificielles se substituent aux moteurs de recherche habituels. Autant de raisons de rester prudents sur la véritable audience de nos contenus.

printemps-colmar.com

Le site dédié à l'événement Colmar fête le printemps a été visité 41 000 fois en 2024 et a généré 250 k de pages vues sur la période mars à mai.



PERSPECTIVES 2025 :

- Mise en place d'un nouveau système d'affichage des informations sur le site Internet de l'Office du Tourisme, mise à jour du site du Festival International de Colmar et des marchés de Noël. Refonte du site du Colmar Convention Bureau
- Toujours en recherche de nouveaux outils (chatbots, usage de l'intelligence artificielle, personnalisation de l'expérience client, accessibilité et baisse de l'empreinte carbone du site)

LES RÉSEAUX SOCIAUX

La présence d'un office de tourisme sur les réseaux sociaux est incontournable même si cet adage commence à perdre de son sens au vu de la lente dégradation des algorithmes.

Le défi reste de réussir à être visible parmi l'infinité de contenus proposés 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 depuis des années 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.



PAGE FACEBOOK
122 960 FANS au 19/05/2025
122 084 en 2024 soit **+ 881 fans**
1.2 M VUES
sur les posts Facebook
54 k RÉACTIONS





Instagram



ABONNÉS INSTAGRAM
Mai 2025 : 46 800
+ 5259 followers followers
soit + 15% par rapport à mai 2024
Mai 2023 : 36 364
Mai 2022 : 31 372





ABONNÉS LINKEDIN
3730 abonnés en mai 2025
+ 304 abonnés
soit + 9% par rapport à mai 2024
Mai 2023 : 2853 abonnés
Mai 2022: 1031 abonnés



**FOCUS INSTAGRAM**



BEST 9 2024

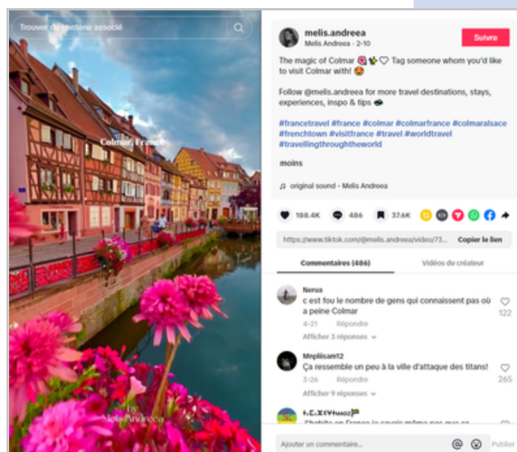
2024 - INSTAGRAM

- 43 900 visites de notre profil Instagram
- 258 000 vues
- 13 200 interactions



TIK TOK : @COLMARTOURISME

L'Office de tourisme est présent sur Tik Tok depuis décembre 2021 regroupe aujourd'hui près de 2350 abonnés et près de 11 000 likes.



BUZZ SUR TIK TOK

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

https://www.tiktok.com/@melis.andreea/video/7334014168351165729?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7372227745344013829

NOËL : LE RENDEZ-VOUS DES INFLUENCEURS



Avec environ 41 000 photos touristiques de Colmar publiées sur Instagram durant les marchés de Noël 2024, l'événement phare de Colmar continue de susciter un important magnétisme visuel.

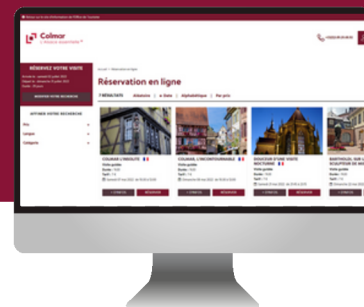
Ce chiffre est Le double de ce qui a été posté en 2023. Le pouvoir de traction de l'événement Noël à Colmar reste très important.

Sur la gauche, voici un petit florilège d'influenceurs se servant de Colmar pour leur création de contenus. Tous ont au moins 15 000 fans.

PERSPECTIVES 2025 :

- 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
- Poursuivre 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

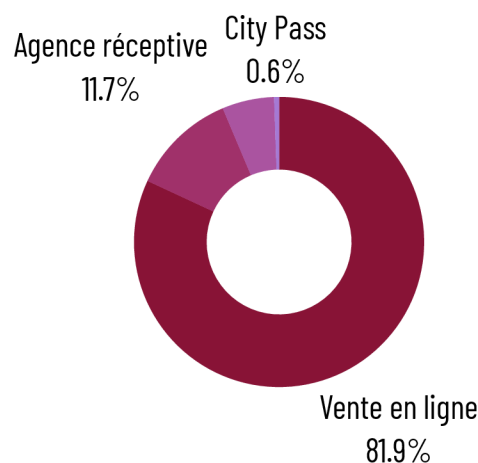
L'activité des visites guidées, qu'elles soient groupes ou individuelles, a repris de façon exponentielle dès le début de l'année.

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.

RÉPARTITION DES VENTES DE VISITES GUIDÉES INDIVIDUELLES 2024 PAR CANAL DE VENTE :

VISITES GUIDÉES PRIVATIVES		
GROUPES (30 PERSONNES)		
Départs :		Participants :
2024 : 1389		2024 : 24 027
2023 : 819		2023 : 16 826
2022 : 1092		2022 : 21 120

INDIVIDUELLES		
Départs :	Participants :	Tx remplissage :
2024 : 125	2024 : 3469	2024 : 92%
2023 : 119	2023 : 3108	2023 : 87%
2022 : 169	2022 : 3 776	2022 : 89%

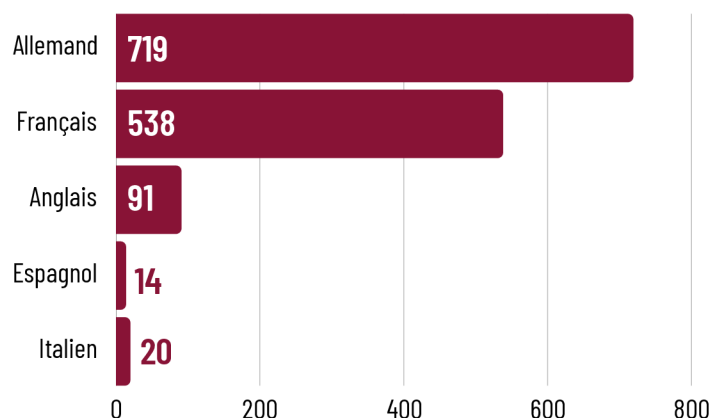


PÉRIODE DE VENTE DES VGI SELON LE CANAL

La vente des VGI dans le cadre du City Pass et de l'Agence Réceptive est possible uniquement sur la période des Marchés de Noël.

La vente au comptoir et la vente en ligne est quant à elle possible toute l'année.

RÉPARTITION DU VOLUME DE DÉPARTS DE VISITES GUIDÉES GROUPES 2024 PAR LANGUE DE GUIDAGE :



PERSPECTIVE 2025 :

Le service des visites guidées vise pour 2025 une augmentation du nombre de visites (groupes et individuelles) grâce à l'arrivée de nouveaux guides.

COLMAR CITY PASS

En famille ou en couple, le City Pass de Colmar permet de visiter en illimité 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 vert pour une visite de la ville. Valable pendant 7 jours, le pass offre une économie de 40% aux visiteurs.



35€

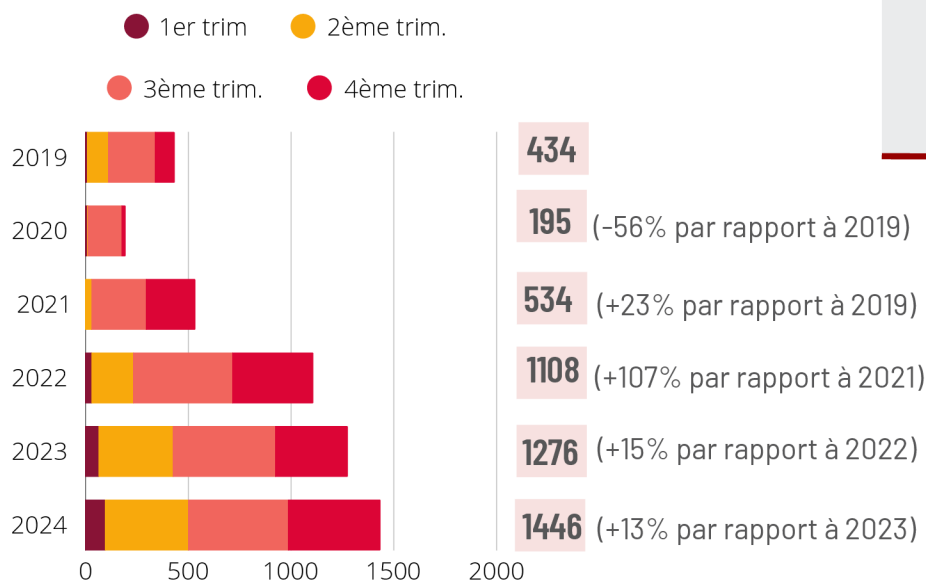
Adulte

30€

9-17 ans

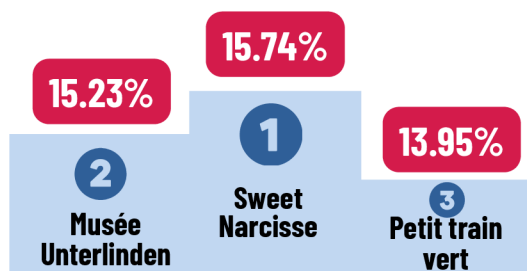
Gratuit

< 8 ans



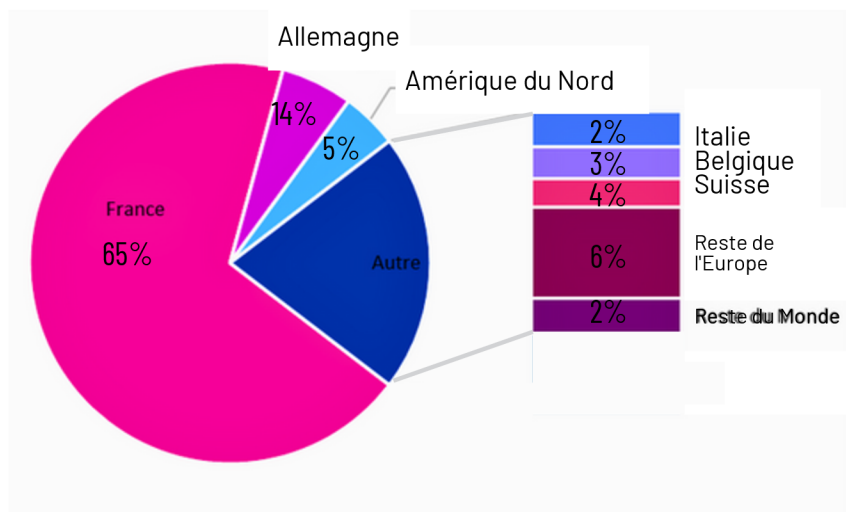
Le City Pass continue sa progression avec une augmentation de +13% des ventes par rapport à 2023. En Juin 2024, le tarif a augmenté en passant de 32 à 35€, ce qui n'a pas freiné les ventes.

EN 2024, LE CITY PASS A GÉNÉRÉ 6727 ENTRÉES...



En 2024, le City Pass a permis un total de 6727 entrées, lesquelles ont été réparties selon l'ordre suivant : 1. Promenade en barque, 2. Musée Unterlinden, 3. Petit train vert, 4. Musée Bartholdi, 5. Église des Dominicains, 6. Village Hansi, 7. Musée du Chocolat, 8. Musée du jouet, 9. Musée d'histoire naturelle et d'ethnographie, 10. Visites guidées de Colmar.

... POUR UN TOTAL DE 1446 PASS VENDUS À DES VISITEURS PROVENANT DE 27 PAYS DIFFÉRENTS



PERSPECTIVES 2025 POUR LE CITY PASS :

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

L'AGENCE RÉCEPTIVE : SERVICE GROUPES LOISIRS

L'Agence Réceptive propose un accompagnement personnalisé pour les groupes, en prenant en charge la réservation de toutes les prestations : hébergement, restauration, visites, activités. Un service clé en main pour faciliter l'organisation de leur séjour en Alsace.

GROUPES LOISIRS : + NOMBREUX - LONGTEMPS

La fréquentation des groupes loisirs ayant fait appel aux services de l'agence réceptive reste satisfaisante en 2024

- volume global stable
- augmentation de la taille moyenne des groupes, signe d'un attrait toujours plus fort pour la destination
- des séjours qui tendent à se raccourcir, avec moins de nuitées réservées qu'auparavant
- croissante des demandes faites à courte échéance, ce qui suppose une grande réactivité dans le traitement des dossiers et la mobilisation des prestataires.

PACKAGES POUR INDIVIDUELS EN HAUSSE

Succès des ventes de formules séjours clé-en-main

"City Break" pour les individuels :

- pendant Colmar fête le Printemps
- pendant les Marchés de Noël en semaine uniquement



UNE EXPERTISE :

- Analyse pointue des besoins
- Offre personnalisée
- Sélection des prestataires
- Projet complet chiffré et documenté,
- Montage de programme sur mesure et réservations des diverses prestations
- Suivi de la clientèle

CATALOGUE GROUPES

Notre Catalogue Groupes évolue au fil des ans, et constitue une vitrine de nos offres dédiées aux groupes loisirs : excursions, séjours avec hébergement... Il est téléchargeable en ligne et traduit en 3 langues

Statistique : 5050 vues de la page (l'allemand était en 1ère place)



QUALITÉ TOURISME

L'Agence Réceptive bénéficie du Label Qualité Tourisme afin de proposer à ses clients un service qualitatif

CHIFFRES CLÉS DE L'AGENCE RÉCEPTIVE EN 2024

ACTIVITÉ : GROUPES LOISIRS



**95 DEVIS
TRAITÉS**
(91 en 2023)



**44 GROUPES
CONFIRMÉS**
(50 en 2023)



**1885
NUITÉES**
(2814 en 2023)



**1378
PARTICIPANTS**
(1477 en 2023)



**4326
REPAS**
(5542 en 2023)

ACTIVITÉ : INDIVIDUELS



**141 DEVIS
TRAITÉS**
(83 en 2023)



**96 DOSSIERS
CONFIRMÉS**
(65 en 2023)



**498
NUITÉES**
(360 en 2023)



242 PARTICIPANTS
(168 en 2023)



**236
REPAS**
(168 en 2023)



Chiffre d'affaires global Agence Réceptive en 2024 :

664 K€ (contre 613 K € en 2023) Groupes Loisirs, Groupes Affaires et individuels confondus

CONVENTION BUREAU : LE RÉCEPTIF AFFAIRES



Le Colmar Convention Bureau est un acteur incontournable du tourisme d'affaires sur le territoire de Colmar et sa région. Ce service dédié a pour mission principale d'accompagner les organisateurs d'événements professionnels, en leur apportant conseils, informations et solutions sur mesure. Il agit comme un facilitateur pour les entreprises souhaitant organiser séminaires, congrès, journées d'étude, opérations de team building ou incentives.

Les actions menées par le CCB pour renforcer la notoriété du service et promouvoir l'offre locale :

- **INFORMATION** : réponse aux demandes des organisateurs, mise en relation avec les prestataires locaux, accompagnement personnalisé
- **OFFRES SUR-MESURE** : élaboration de packages clés en main incluant hébergements, restauration, salles de réunion, activités de cohésion...
- **PROMOTION Réseau** : diffusion régulière de contenus via la Page LinkedIn du Colmar Convention Bureau mettant en lumière les atouts de la destination affaires, valorisation des partenaires locaux et des événements accueillis
- **SALONS PRO** : présence conjointe avec Meet in Alsace pour promouvoir la destination Colmar & sa région auprès des prescripteurs et agences événementielles
- **EDITION de brochures** : réalisation d'une brochure spécifique tourisme d'affaires, distribuée lors des salons et rendez-vous B2B et téléchargeable en ligne
- **VISITE de prestataires locaux** : recensement et mise à jour régulière de l'offre existante (salles, hébergements, activités), afin de garantir une adéquation parfaite entre les besoins des clients et les services proposés



PERSPECTIVES 2025 TOURISME D'AFFAIRES

→ Poursuite de la stratégie de montée en gamme et de renforcement de la visibilité de l'offre MICE. L'accent sera mis sur une présence active sur les réseaux pro (LinkedIn) pour valoriser les atouts de la destination et les partenaires locaux.

→ Mise en place d'un formulaire en ligne de demande de séminaire pour faciliter les prises de contact et optimiser le traitement des demandes. L'objectif : offrir un service toujours plus réactif, personnalisé et adapté aux attentes des organisateurs d'événements professionnels.

→ Promotion ciblée avec Meet in Alsace et Explore Grand Est Meet & Connect

ACTIVITÉ : MICE



**16 DEVIS
TRAITÉS**

(dont des offres
congrès
(9 en 2023))



**7 DOSSIERS
CONFIRMÉS**

(3 en 2023)



**378
NUITÉES**

(305 en 2023)



557 PARTICIPANTS

(179 en 2023)



**994
REPAS**

(467 en 2023)

Ils nous ont fait confiance en 2024 :



Témoignage, entreprise COLAS

“ L'excellente connaissance de la ville et de ses infrastructures par le Colmar Convention Bureau nous a permis une immersion dans des lieux les plus emblématiques de Colmar, associée à une logistique parfaite. ”

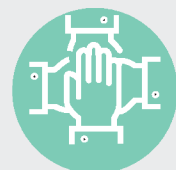
5. ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS

2024 : LE PROJET S'EST INSCRIT DANS UNE DÉMARCHE DE CONSOLIDATION DES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES.

L'Office de Tourisme de Colmar a pour mission constante de rechercher et mettre en œuvre les leviers permettant de dynamiser l'activité économique des acteurs touristiques locaux. Cela se traduit à la fois par un travail de fond, global et éditorialisé sur la valorisation de la destination, et par une mise en lumière plus ciblée des offres proposées par les partenaires adhérents. Cette dynamique passe également par l'entretien, l'animation et la consolidation du réseau professionnel.

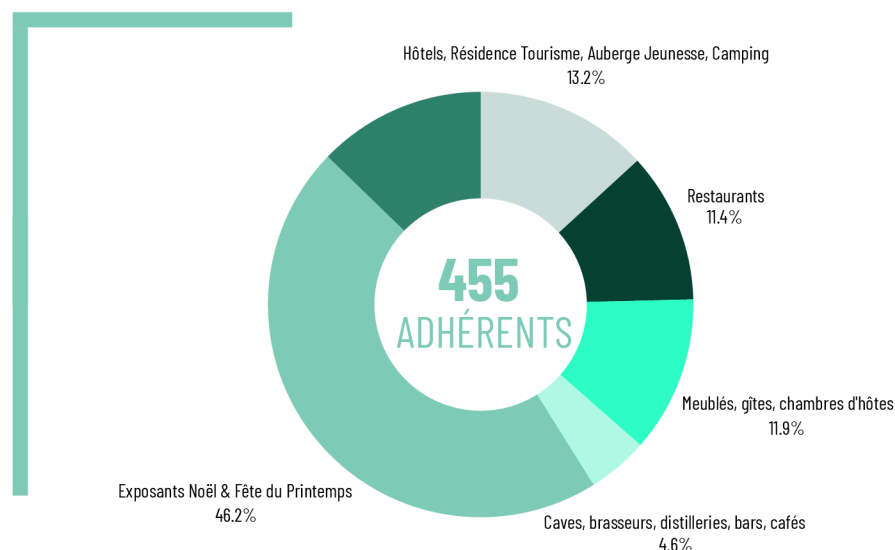
La reconduction du Guide du Partenaire s'est imposée comme une évidence. Il constitue l'outil idéal pour présenter aux socio-professionnels l'ensemble des services qui leur sont proposés.

Grâce à cet engagement, l'équipe de l'Office de Tourisme pourra non seulement informer nos visiteurs, mais aussi leur faire découvrir une offre diversifiée et de qualité.



Adhérer à l'Office de Tourisme, c'est faire un choix engagé, affirmant clairement votre volonté de vous inscrire dans un réseau dynamique et collaboratif. Chaque nouvelle adhésion renforce les liens entre acteurs locaux et participe à la mise en valeur d'un écosystème touristique vivant, dont vous êtes une pièce maîtresse.

Adhérents	2020 : 302	2023 : 428	+ 6,3 % par rapport à 2023	+ 50 % par rapport à 2020
	2021 : 369	2024 : 455		
	2022 : 444			



PERSPECTIVES 2025 :

- Renforcer et élargir la base de membres
- Continuer à promouvoir activement les services proposés par l'Office de Tourisme auprès des acteurs socio-professionnels de l'ensemble de l'agglomération, dans le but de favoriser leur adhésion, de consolider les partenariats existants et de valoriser de manière cohérente et efficace l'ensemble du territoire.

METTRE À DISPOSITION DES PROFESSIONNELS LES DONNÉES D'OBSERVATION LES PLUS RÉACTIVES ET FIABLES POSSIBLES



Les méthodologies d'observation de l'activité touristique ont beaucoup évolué ces dernières années, permettant ainsi de belles avancées. L'OT a souhaité mettre ses données à disposition du plus grand nombre.

➔ <https://tourisme-colmar.com/fr/professionnels/observation-touristique>



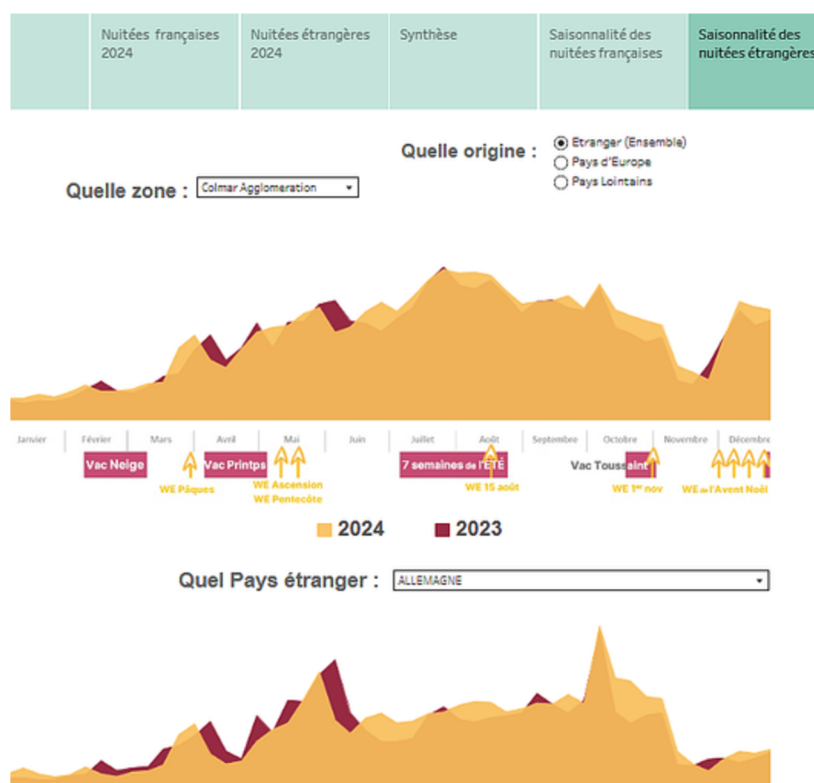
DONNÉES ORANGE FLUX VISION

L'Office de tourisme de Colmar et sa région permet désormais aux professionnels du tourisme d'accéder à des données d'évolution de la fréquentation touristique très fines au travers du dispositif Orange Flux Vision Tourisme. Orange Flux Vision Tourisme est une solution développée par Orange qui a été coconstruite avec ADN Tourisme, Atout France et l'appui de consultants externes.

Les données et leur retraitement sont financés par l'Alsace Essentielle, Pays de Colmar pour le compte de tous les offices de tourisme du Pays de Colmar. Le traitement régulier de ces données est assuré par l'observatoire de l'ARTGE au travers d'un outil de datavisualisation interactif.

Orange s'est par ailleurs engagé depuis 2009 dans un processus d'échange avec CNIL pour s'assurer que l'ensemble des indicateurs produits et des traitements effectués correspondent aux recommandations et exigences au sujet des données à caractère personnel.

Avant toute utilisation de ces données, il est recommandé de lire attentivement l'onglet «Précaution de lecture».



Source : Orange Flux Vision ARTGE, ADT, Alsace Essentielle - Traitements ART GE
Dans le graphique des nuitées par semaines, seules les semaines 2 à 51 sont affichées.
Les volumes annuels sont arrondis au sens large et voir la partie "A lire"



DONNÉES MEUBLES AIR DNA

Créé en 2015 à Denver aux Etats Unis, AirDNA est une société d'analyse de données destinées aux investisseurs et propriétaires de logement en courte durée. AirDNA collecte et analyse chaque jour les revenus des propriétés présentes sur Airbnb et Vrbo, les données réelles issues de channel manager ou PMS partenaires. C'est L'Alsace Essentielle qui prend en charge auprès de l'ARTGE les coûts d'achat et de traitement de ces données pour notre territoire.



DONNÉES HOTELLERIE INSEE

L'OT acquiert chaque années auprès de l'INSEE les données annuelles issues de l'enquête de fréquentation hôtelière, garantissant ainsi l'absence de rupture de série dans la connaissance de l'évolution des nuitées touristiques malgré les évolutions dans le paysage des outils d'observation.



DONNÉES HOTELLERIE MKG

L'ARTGE fournit à l'OT de façon régulière les analyse de MKG Consulting relatives à l'hôtellerie de chaîne. Un travail a été mené avec MKG afin de renforcer la qualité de l'échantillonnage sur notre territoire.

INSTAURER DES ZONES D'ÉCHANGE AVEC LES PARTENAIRES

Le tourisme est un secteur par essence transversal, où se croisent des acteurs aux profils variés et aux niveaux de professionnalisation très divers. Dans ce paysage pluriel, l'Office de Tourisme doit endosser un rôle de lien et de cohésion. Il lui revient de créer les conditions d'un dialogue ouvert, de nourrir la réflexion collective et d'encourager le partage autour des grandes tendances du secteur et des nouvelles attentes des visiteurs.

Pour garantir une diffusion de l'information accessible à tous, il a été décidé de diversifier les canaux de communication.

MISE À JOUR DU GUIDE DU PARTENAIRE

Le guide du partenaire incarne cette ambition et s'affirme comme l'un des premiers jalons de la mise en œuvre de notre stratégie touristique 2021-2025, désormais prolongée jusqu'en 2026. Rejoindre le réseau de l'Office de Tourisme, c'est bénéficier d'un levier de visibilité reconnu pour valoriser son offre, intégrer une communauté forte de plusieurs centaines de professionnels du territoire, et contribuer activement au dynamisme de l'économie touristique locale.



EDUCTOURS - VISITES DE SITES ET DE PARTENAIRES

Tout au long de l'année, les équipes de l'Office de Tourisme ont pris part à plusieurs éductours et visites de sites, avec pour objectifs de mieux promouvoir la destination et d'enrichir leurs connaissances. Ces actions ont contribué à renforcer leur expertise du territoire tout en consolidant le réseau de partenaires de l'OT.



EDUCTOUR de l'Office de Tourisme Colmar – L'ensemble des collaborateurs est parti à la rencontre de plusieurs partenaires du territoire : la Fromagerie Haxaire, le Musée du Bois à Labaroche, le Château du Hohlandsbourg, ainsi que le Domaine Saint Rémy à Wettolsheim. Les déplacements se sont faits à bord du Kut'zig, mis à disposition par la société Kunegel.



Participation de l'Agence Réceptive au Stammtisch des Réceptifs alsaciens avec Alsace Destination Tourisme : une rencontre annuelle avec les acteurs locaux ; un moment d'échanges autour de problématiques, enjeux et défis ; une découverte des nouveautés du territoire et de l'actualité du monde touristique.



PERSPECTIVES 2025 :

- Consolidation des actions de communication engagées
- Poursuivre les axes de communication déjà initiés tout en renforçant les temps d'échange en présentiel afin de favoriser une relation directe, constructive et durable avec les partenaires et acteurs du territoire.

6. ACCUEIL & BOUTIQUE

L'OT gère deux bureaux d'information touristique (BIT), à Colmar (place Unterlinden) et à Turckheim (ancien 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 sa nette progression entamée ces dernières années. Ce type de demande est particulièrement importante au BIT de Turckheim, en plus des demandes liées à l'œnotourisme.

L'ACCUEIL & L'INFORMATION DU PUBLIC



**59 952 renseignements
donnés aux comptoirs
soit - 4.7% par rapport à 2023**

dont :

- 46 326 DEMANDES À COLMAR (- 7.5%)
- 13 626 DEMANDES À TURCKHEIM (+6%)

**218 465 personnes sont entrées dans nos BIT,
soit - 2 % par rapport à 2023**



**17 687 renseignements
téléphoniques
soit - 5%
par rapport à 2023**



**7815 renseignements par
courriels
soit + 4.6%
par rapport à 2023**

ORIGINE DES VISITEURS



TOP 5 DE L'ORIGINE DES CLIENTS ÉTRANGERS RENSEIGNÉS

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



**119 NATIONALITÉS
DIFFÉRENTES DE CLIENTS
RENSEIGNÉS**



PERSPECTIVES 2025

- Poursuivre un accueil adapté et de qualité pour tous les visiteurs
- Développer la réflexion liée aux services sur le BIT de Turckheim
- Poursuivre les actions de formation pour l'équipe accueil

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.



→ 13 510 articles vendus en 2024
(-3,7 % par rapport à 2023)

→ 223 références en 2024

L'activité Boutique a continué sa progression et de nombreux visiteurs apprécient le Made in Alsace et la diversité des produits alsaciens présentés.



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



PERSPECTIVES 2025

- L'offre continue d'être adaptée et élargie aux nouvelles demandes et attentes des visiteurs
- La boutique continue de se saisonnaliser avec des produits et une décoration adaptés à chaque période : printemps/Pâques, été, automne, Noël
- Recherche régulières de produits locaux principalement en dépôt-vente

7. STRUCTURATION DE L'OFFRE

BILAN ÉVÉNEMENTIEL 2024

L'Office de Tourisme de Colmar et sa Région a connu une année 2024 remplie de l'entière responsabilité de ces événements : un marathon en terme de charge de travail pour les équipes mais une réussite populaire réelle.



**COLMAR FÊTE LE PRINTEMPS,
du 28 mars au 21 avril 2024**

**64 exposants présents (70% d'alsaciens)
dans 71 maisonnettes et 2 emplacements**



Comme de tradition "Colmar fête le Printemps !" marque véritablement le début de la saison touristique.

Des exposants fortement engagés dans la démarche des marchés de Pâques et du Printemps, des visiteurs enjoués par l'ambiance bucolique et un week-end pascal fructueux ont fait de cette édition un temps apprécié.



GÜSCHTI & CIE



Grâce à l'association La Petite Ferme, les visiteurs ont pu faire la rencontre de la nouvelle mascotte des Marchés : Güschtli. Un adorable lapin géant des Flandres aux grandes oreilles qui a pleinement profité de son séjour colmarien accompagné de sa vingtaine de compagnons à quatre pattes et à plumes : ici à gauche Woopy la chèvre !

La présence des éleveurs reste un point fondamental de la manifestation afin de sensibiliser les visiteurs au travail de préservation de ces races d'exception.



AMBIANCE PRINTANIÈRE ET... MUSICALE !

Pour célébrer l'arrivée des beaux jours, les amateurs de musique ont pu profiter d'une vingtaine de concerts gratuits de musiques actuelles sur le parvis de la Bibliothèque des Dominicains et de musiques traditionnelles sur la Place de l'École. Une programmation 100% locale pour le bonheur des oreilles !



NOUVEAUTÉ 2024 : "HISTOIRES DE BOIS" AU KOÏFHUS !



Coquilles d'Art, du 29 mars au 1er avril
Éclats de Terre, Éclats de Verre, du 04 au 07 avril
Déclinaisons Textiles, du 11 au 14 avril
Histoires de Bois, du 18 au 21 avril

Comme chaque année, le Koïfhus a accueilli les traditionnelles expositions-ventes d'art thématiques et ses 74 exposants venus d'Alsace et de toute la France pour montrer leur savoir-faire exceptionnel. L'Office de Tourisme a choisi de proposer un nouveau rendez-vous et donc une nouvelle thématique autour du bois. Pour cette première édition d'Histoires de Bois, nous avons eu le plaisir d'accueillir des exposants 100% alsaciens !





COLMAR, L'ÂME DE NOËL

26 novembre au 29 décembre 2024

En cette fin d'année 2024, Colmariens et visiteurs ont pu s'imprégner pleinement de la magie de Noël qui anime Colmar et sa région, portée par le respect des traditions et la richesse des savoir-faire alsaciens.



180 000
programmes papier
distribués



1,68 million
de visiteurs uniques
du 26/11 au 29/12



200 exposants
(dont 70 % d'Alsaciens) dans
214 maisonnettes et
31 emplacements



RÉNOVATIONS SUR LA PETITE VENISE ET LES DOMINICAINS



68 chalets

entièrement rénovés par
la société LT Création à
Bloedelshheim



5 chalets

neufs conçus et réalisés en
collaboration avec la société
Rustyle à Duttlenheim



Dans la continuité de l'an passé et la volonté d'entretenir le parc de chalets, l'OT a remplacé 5 chalets sur la Petite Venise qui ne pouvaient être restaurés. L'intégralité du Marché des Six Montagnes Noires ainsi que la moitié du Marché des Dominicains ont été rénovés : panneaux, traverses, peinture... Des chalets comme neufs !



SENSIBILISATION ET GESTION DES DÉCHETS

Notre travail de sensibilisation auprès des exposants avance afin d'ancrer cet événement dans une démarche plus écologique. Au cours de l'édition 2024, plus de 19 tonnes de déchets ont été revalorisés grâce à l'aide des équipes du service propreté de Colmar Agglomération et de la société Schroll. Pour mémoire en 2023, ce chiffre était de 29 tonnes.



350 levées
effectuées par Schroll
et Colmar Agglomération



10,5 tonnes
de verre
récoltés par Schroll



9,3 tonnes
de cartons récoltés
par Schroll et Colmar
Agglomération



LES PETITES MAINS DU MARCHÉ

Noël n'est rien sans les petites mains de nos lutins. En plus des rénovations, nous avons fait appel aux talents de Jeannine qui a peint à la main 40 magnifiques panneaux décoratifs installés sur les chalets du Marché de Noël des Dominicains.





NOUVEAUTÉ 2024 : LUTIN FUTÉ

Connaître le bon moment pour se rendre sur les Marchés de Noël, tel était le but du nouvel indicateur : Lutin Futé. Détaillé par semaine, jour et tranche horaire, chacun pouvait alors prévoir le créneau propice à la visite.



	LUNDI					MARDI					MERCREDI					JEUDI					VENDREDI					SAMEDI					DIMANCHE				
	10h 12h	12h 14h	14h 16h	16h 18h	18h 20h	10h 12h	12h 14h	14h 16h	16h 18h	18h 20h	10h 12h	12h 14h	14h 16h	16h 18h	18h 20h	10h 12h	12h 14h	14h 16h	16h 18h	18h 20h	10h 12h	12h 14h	14h 16h	16h 18h	18h 20h	10h 12h	12h 14h	14h 16h	16h 18h	18h 20h	10h 12h	12h 14h	14h 16h	16h 18h	18h 20h
du 26/11 au 01/12																																			
du 02/12 au 08/12																																			
du 09/12 au 15/12																																			
du 16/12 au 22/12																																			
du 23/12 au 29/12																																			

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.



SAINT-NICOLAS EN SA DEMEURE

Cette année encore, 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 6, 7 et 8 décembre.



UN MARCHÉ SOUS LE SIGNE DE LA GASTRONOMIE

Comme l'année précédente, des shows 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.



"COLMAR, AU FIL DE L'HISTOIRE"

Cette année encore, une chasse au trésor pour petits et grands a été créée pour parcourir les recoins du centre-ville avec une thématique historique.



ENTREtenir LES TRADITIONS

Pour combler les familles, plusieurs animations gratuites sont mises en place comme le parcours de contes à travers le centre-ville ou la Boîte aux Lettres du Père Noël, place des Six Montagnes Noires relevée tous les jours pour envoyer les courriers des enfants au Pôle Nord.



1 000 livrets
distribués aux comptoirs
de l'Office de Tourisme



11 000 écoutes
des 6 contes de Noël
répartis dans tout le
centre historique



NOËL À TURCKHEIM

Le Marché de Noël des Lutins s'est déroulé du 29 novembre au 30 décembre, organisé par la ville de Turckheim.



Un temps soutenu par l'OT en termes de communication.



LA PRÉSENCE DES ASSOCIATIONS EN HAUSSE !

Noël est une période placée sous le signe de la solidarité et du partage. Comme chaque année, nous prenons plaisir à accueillir des associations au sein du Marché de Noël du Koïfhus. Au total, 11 associations se sont relayées sur les deux emplacements mis gracieusement à disposition sur toute la période.

MARQUE QUALITÉ TOURISME

En 2024, l'OT a poursuivi son travail sur la qualité et obtenu la Marque Qualité Tourisme avec un beau score de conformité de 91,2% aux 188 critères évalués.

L'Office de Tourisme de Colmar et sa région obtient la Marque Qualité Tourisme



La Marque Qualité Tourisme™ représente les normes les plus élevées en matière de qualité de l'accueil, de professionnalisme et de valorisation des ressources locales : elle a été obtenue en mai 2024 pour une durée de cinq ans. Cette reconnaissance atteste de l'engagement continu de l'Office de Tourisme à fournir des services qui tendent vers l'excellence dans tous les aspects de son accueil et de ses services.

Ainsi, les visiteurs peuvent s'attendre à un accueil chaleureux et personnalisé, une information claire et précise, de la part d'un personnel compétent et à l'écoute. La formation continue permet notamment le maintien d'une information touristique locale précise, adaptée et ciblée aux besoins des visiteurs, tout en tenant compte des spécificités de chacune de leur demande.

En obtenant cette marque d'excellence, l'Office de Tourisme de Colmar et sa région réaffirme son engagement envers l'amélioration continue de ses services et de son territoire pour faire de Colmar et sa région une destination accueillante, chaleureuse et professionnelle qui incarne pleinement la nature des Alsaciens !

CINQ BONNES RAISONS D'INITIER CETTE DÉMARCHE :

- 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 optimiser 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 2024

58 réclamations signalées à l'Office de Tourisme :

- 9 concernaient la Ville de Colmar
- 5, les restaurants
- 2, les musées
- 8, des hébergements
- 13, l'Office de Tourisme
- 18, les transports
- 3, les commerçants

QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION

Questionnaires sous forme de QR Code

Pour Colmar : 13 questionnaires remplis

- appréciation globale sur les services de l'Office de Tourisme : moyenne de 3,90/4 étoiles

Questionnaires votre avis nous intéresse par mail ou en ligne

Pour Colmar : 113 questionnaires remplis

- appréciation globale sur les services de l'Office de Tourisme : 3,95/4 étoiles

Pour Turckheim : aucun questionnaire complété

E-réputation

GOOGLE MY BUSINESS

4.3/5 (128 nouveaux avis en 2024)



PERSPECTIVES 2025:

- Poursuivre la stratégie d'écoute client et l'amélioration continue des pratiques
- Fin mars 2025, le Label Destination d'Excellence remplace Qualité Tourisme, l'OT devra valider le pilier écoresponsable avant fin 2026.



VIGNOBLES & DÉCOUVERTES



Bilan Label Vignobles et Découvertes

Au 31 décembre 2024



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

- VINO STORIA - Musée des vins d'Alsace - Colmar

Répartition des labellisés :

- 10 caves
- 9 hébergements
- 4 restaurants et bars
- 3 sites patrimoniaux
- 1 Office de tourisme
- 1 structure réceptive
- 7 activités
- 4 événements

Comment obtenir le label ?

Chaque année, de nouveaux professionnels peuvent intégrer la démarche de labellisation « Vignobles & Découvertes », sous certaines conditions :

- Être localisés dans un périmètre de 30 kilomètres autour de la Route des Vins
- Être engagés dans une démarche qualité existante (chartes d'accueil, classement, labels, etc.)
- Proposer une ou plusieurs prestations en lien avec le vignoble
- Remplir les critères propres aux différentes catégories d'acteurs présentés dans le document « critères de labellisation » (site ADT)

Qui peut obtenir le label « Vignobles & Découvertes » ?

Différentes typologies d'acteurs peuvent candidater au label Vignobles & Découvertes :

- Les domaines et caves viticoles, certifiés par une démarche « qualité d'accueil »
- Les hébergements classés et situés sur la Route des Vins d'Alsace ou proposant des prestations en lien avec le vignoble
- Les restaurants et bars à vins, proposant au moins 40% de Vins d'Alsace et une cuisine locale
- Les prestataires d'activités sportives et de loisirs proposant des prestations en lien avec le vignoble
- Les sites de visite, proposant des prestations en lien avec le vignoble
- Les agences réceptives, immatriculées au registre des opérateurs de voyages et de séjours
- Les offices de tourisme, classés au minimum en catégorie II
- Les événements, en lien avec l'univers du vin et de la vigne



PERSPECTIVES 2025:

- Le Fascinant Week-End sera remplacé par Vignobles en Scène
- Renouvellement du label Vignobles et Découvertes 2025-2027

8. SYNTHÈSE FINANCIÈRE 2024

RECETTES	REALISE 2024	REALISE 2023	REALISE 2022
Ventes de marchandises (articles touristiques)	58 560	86 343	45 067
Visites guidées	206 885	98 302	73 385
Prest réceptives (réceptif, insert° guide hotel, city pass etc)	780 319	712 868	542 023
Evènements (Noel et Pâques)	1 350 748	1 292 178	1 213 912
Cotisations	74 750	64 651	57 232
Subvention Colmar Agglomération	1 050 000	1 050 000	1 050 000
Taxe de séjour et autre subventions Ville de Colmar	216 181	114 620	89 537
Produits financiers et exceptionnels	21 141	20 320	6 056
Reprise /prov/transferts charges et autres pdts	267 859	38 396	35 430
Totaux	4 026 443	3 477 679	3 112 642
DEPENSES	REALISE 2024	REALISE 2023	REALISE 2022
Achats (articles touristiques)	52 918	74 500	30 968
Guides conférenciers (hon Freelance + sal guides salariés)	135 729	54 677	36 796
Prestations réceptives	569 013	543 250	408 326
Frais de fonctionnement	370 210	341 697	284 174
Promotion Communication	71 331	50 005	79 964
Organisation des Evènements **	882 965	822 810	816 255
Charges de Pesonnel (hors sal guides: 23 970) (2019 : 30,5 ETP,2020 : 25,10 ETP) (ETP, 2023 : 23,14 ETP; ETP 2024 24,77)	1 320 980	1 228 993	1 089 540
Impôts et Taxes	73 286	62 297	51 389
Dap/Charges fin/Charges except	24 960	24 475	40 837
Totaux	3 501 392	3 202 704	2 838 249
DEPENSES	3 501 392	3 202 704	2 838 249
RECETTES	4 026 443	3 477 679	3 112 642
RESUL TAT	525 051	274 974	274 393

(**)hors frais de personnel ,crédits baux et frais généraux liés à l'évènement.

9. RESSOURCES HUMAINES

- Le nombre d'ETP passe transitoirement de 23,14 à 24,77 en raison de 2 embauches à temps complet (CDI) et d'un départ à la retraite. Un autre départ en retraite est prévu dans les mois à venir.
- La masse salariale a augmenté de +7,6% du fait des embauches mais aussi du paiement des indemnités de départ à la retraite.

10. PLAN D'ACTION 2025

A

POURUIVRE LA STRATEGIE EVENEMENTIELLE A 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'AGGLOMERATION DE COLMAR

- Accompagner les partenaires dans le renouvellement de leur labellisation œno, vélo
- Préparer la construction de la carte balades et randonnée
- Adapter les outils de médiation au comptoir
- Poursuivre l'intégration des richesses de l'agglomération sur les supports de communications

C

FEDERER LES SOCIOPROFESSIONNELS

- Instituer des temps de rencontre et d'échange plus réguliers et à valeur ajoutée
- Poursuivre la diffusion des données d'observation dans une logique prospective
- Etablir un recensement fin de l'offre existante

D

COMMUNIQUER DE FAÇON ADAPTEE DANS L'INTERET DU TERRITOIRE

- Mettre en place le programme de promotion sur les marchés cibles de proximité ou à valeur ajoutée
- Refondre le site internet amiral en lien avec l'évolution de la demande et en intégrant mieux les communes de l'agglomération

E

POURUIVRE LA STRATEGIE D'ACCUEIL ET DE DIFFUSION DE L'INFORMATION

- Animer en continue la démarche qualité en interne
- Assurer une veille et un suivi de la qualité de l'accueil sur le territoire
- Continuer de proposer aux prospects un service gratuit d'information et de conseil afin de faciliter l'organisation des événements professionnels nationaux et internationaux

F

OPTIMISER L'ORGANISATION INTERNE EN PHASE AVEC LES NOUVEAUX DEFIS

- Renforcer la polyvalence des personnels, préparer les départs en retraite
- Poursuivre la numérisation des pratiques
- Poursuivre la recherche de nouveaux centres de profit



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
-  tiktok.com/@colmartourisme

www.tourisme-colmar.com