

Rapport d'activités 2025



1. INTRODUCTION

RAPPORT MORAL



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

L'année 2025 confirme la solidité et l'attractivité de la destination "Colmar et sa région". Dans un contexte touristique concurrentiel et malgré quelques incertitudes conjoncturelles, notre territoire poursuit sa dynamique positive et démontre une nouvelle fois sa capacité à accueillir, séduire et fidéliser des visiteurs français et internationaux.

Les résultats enregistrés par l'hôtellerie de l'agglomération témoignent de cette vitalité. Après un démarrage plus lent qu'en 2024, la fréquentation a progressivement accéléré pour aboutir à une excellente saison estivale et à une période de Noël particulièrement soutenue, même si un léger tassement a pu être observé. Le taux d'occupation moyen des hôtels atteint ainsi 73 %, en progression de deux points par rapport à l'année précédente, traduisant une fréquentation toujours plus dynamique.

Le volume global des nuitées, tous hébergements confondus (hôtels et meublés), illustre également l'importante capacité d'accueil de Colmar Agglomération. Le seul mois de décembre a généré plus de 266 000 nuitées, soit une hausse de 2,7 % par rapport à 2024, confirmant le rôle moteur des animations de fin d'année pour l'économie touristique locale.

La clientèle internationale continue de constituer un pilier essentiel de notre fréquentation. En décembre, les visiteurs espagnols demeurent la première clientèle étrangère de l'hôtellerie colmarienne avec 13 768 nuitées, devant les visiteurs italiens qui totalisent près de 12 000 nuitées. Plus largement, les marchés internationaux se sont renforcés au cours de l'année, tandis que nous avons poursuivi nos efforts de promotion en direction du marché français, sans négliger les marchés belge, allemand et suisse, dans un contexte où la clientèle belge connaît un ralentissement à l'échelle régionale.

Les grands événements qui rythment la vie de notre territoire demeurent des vecteurs majeurs de son attractivité. Malgré une météo aléatoire, Colmar Fête le Printemps a conservé une dynamique encourageante, portée notamment par les retombées médiatiques suscitées par la Ferme en Ville, qui contribue à renforcer l'identité et la notoriété de cette manifestation.

Le Festival International de Colmar, avec son Maestro Alain Altinoglu, est un événement marqueur du début de l'été et répond pleinement à notre stratégie volontaire de montée en gamme tout en permettant au plus grand nombre d'appréhender la musique classique, comme en démontre le succès du Colmar Symphonique Mob.

Les Marchés de Noël 2025 ont, une nouvelle fois, confirmé leur statut d'événement incontournable. Leur fréquentation est restée particulièrement élevée avec un calendrier comparable à celui de l'année précédente. Cette édition a également permis de poursuivre les engagements pris en matière de développement durable, avec un renforcement notable des actions liées à la gestion des déchets et à la responsabilité environnementale.

L'innovation en matière d'accueil a également marqué cette fin d'année grâce à l'ouverture d'un point d'information à la gare de Colmar. Cette initiative, menée en partenariat avec la Trace, a facilité l'orientation des visiteurs dès leur arrivée et encouragé le recours aux transports en commun. Son succès démontre toute la pertinence d'un accueil renforcé et coordonné au bénéfice de l'expérience des touristes.

Au-delà de ces résultats, l'année 2025 a confirmé la volonté de l'Office de Tourisme de s'affirmer comme l'interlocuteur privilégié de l'ensemble des professionnels du territoire. Dans une démarche d'amélioration continue de notre stratégie de développement touristique, nous avons poursuivi la révision de nos pratiques internes, renforcé le dialogue avec nos partenaires et consolidé notre mission de valorisation, de développement et de promotion des offres locales.

Le Guide de Destination, désormais publié pour sa quatrième édition, poursuit son développement avec un bilan très positif tant en matière de diffusion que de lecture, illustrant son utilité auprès des visiteurs comme des habitants. La promotion de notre destination s'est également appuyée sur une coopération efficace avec nos partenaires institutionnels, notamment l'ADT, l'Alsace Essentielle et le Colmar Convention Bureau, permettant de renforcer encore la visibilité de notre territoire sur les différents marchés.

Je souhaite également souligner la qualité de l'animation de notre réseau de socioprofessionnels. Cette collaboration permanente entre l'Office de Tourisme, les hébergeurs, restaurateurs, commerçants, sites culturels et l'ensemble des acteurs économiques constitue une véritable force collective au service de l'attractivité de Colmar et de sa région.

L'Office de Tourisme de Colmar et sa Région demeure ainsi un levier majeur du développement économique local. Par son action quotidienne, il contribue à faire du tourisme un moteur essentiel pour notre territoire, créateur d'emplois, de richesse et de rayonnement. Les actions menées ont également pour volonté de tout mettre en œuvre pour améliorer la cohabitation avec les citoyens de Colmar et environ.

Enfin, je tiens à saluer tout particulièrement l'engagement, le professionnalisme et les compétences de l'ensemble des équipes de l'Office de Tourisme. Leur investissement a été reconnu en 2024 par l'obtention du label Marque Qualité Tourisme et elles ont poursuivi leur travail d'engagement pour ouvrir la voie au classement de l'Office de Tourisme en Catégorie 1 et, à terme, à la labellisation Destination d'Excellence. Une reconnaissance de l'exigence de nos pratiques et de la qualité de l'accueil réservé à nos visiteurs.

Je remercie chaleureusement l'ensemble des collaborateurs, les élus, les partenaires institutionnels et les professionnels du tourisme qui contribuent chaque jour à cette réussite collective. Ensemble, nous continuerons à faire de Colmar et de sa région une destination d'excellence, innovante, durable et accueillante, au bénéfice de tous et de la cohabitation avec les habitants du territoire.

Le Président
Eric LOESCH

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
-----------------------	----

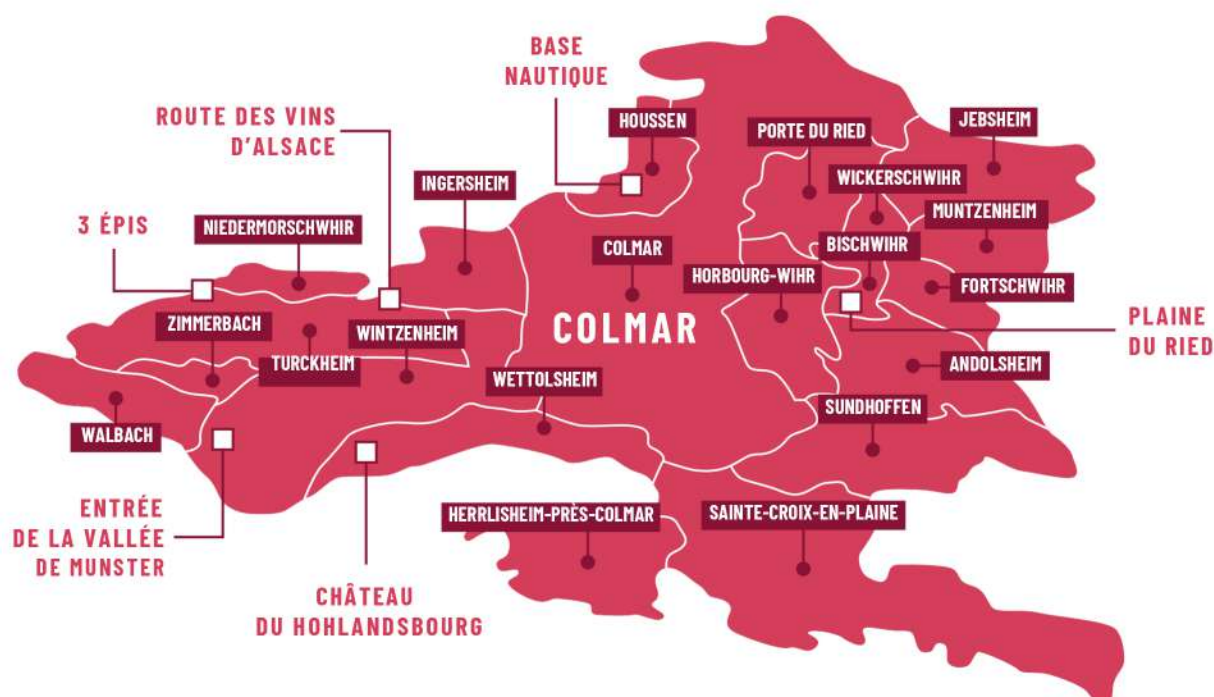
9. RESSOURCES HUMAINES

• 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
 Benoît 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 2025 voit la dynamique positive se poursuivre dans l'hôtellerie de l'agglomération de Colmar. La saison estivale a été extrêmement positive, de même que la période de Noël malgré un léger tassement en 2025. A noter un démarrage plus lent de la saison en 2025 qu'en 2024.

En 2025, le taux d'occupation moyen dans l'hôtellerie aura été de 73%, soit en hausse de 2 points par rapport à 2024.

Taux d'occupation dans les meublés

En 2025, le taux d'occupation moyen annuel dans les meublés de tourisme était de 45,9%.

(-1,5 pts par rapport à 2024 - hausse des offres actives entre 2024 et 2025)

(Source : ARTGE - avril 2026)

Taux d'occupation

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

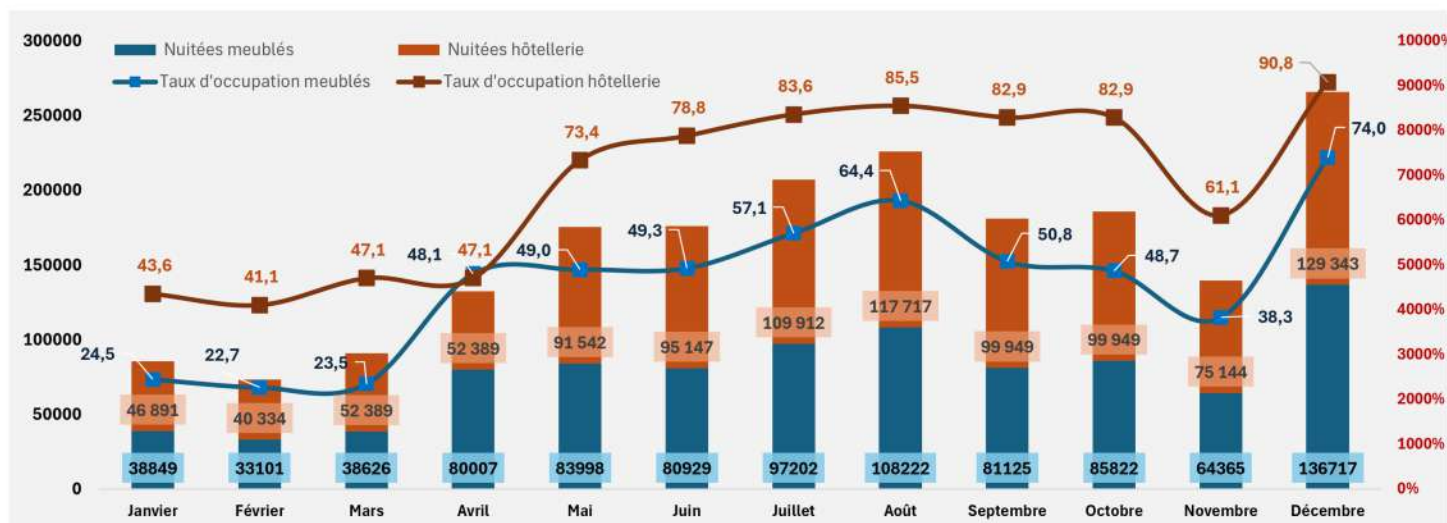


2020	23 %
2021	42 %
2022	64 %
2023	69 %
2024	71 %
2025	73 %

En 2025, 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 266k nuitées qui ont été générées (+2,7% par rapport à 2024).

Volume de nuitées et taux d'occupation mensuel pour les meublés de tourisme et pour l'hôtellerie en 2025

(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 - 2025

(Source : ARTGE)

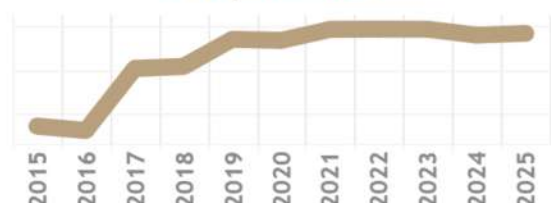
15463

4% de l'offre régionale (1)

4% (estimé) des nuitées régionales (2)
si VIDE égale à moins de 1%

L'Agglomération de Colmar compte 15 463 places-lits (en légère hausse de +0,49% par rapport à 2024), ce qui constitue 4% de l'offre régionale du Grand Est.

Places Lits LOCATIONS	8048 (52%)
Places Lits HOTELS	4754 (31%)
Places Lits CAMPINGS	1530 (10%)
Places Lits RESIDENCES TOUR.	1002 (6%)
Places Lits AUBERGES JEUN.	129 (1%)



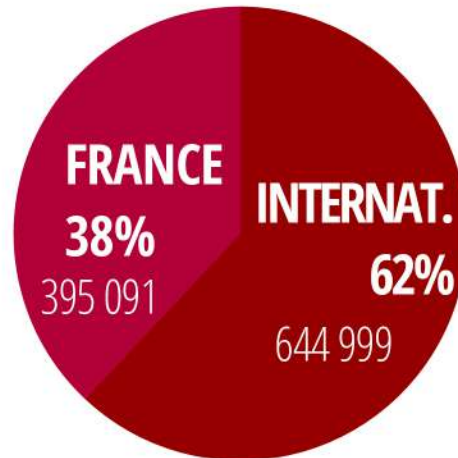
LES CLIENTÈLES INTERNATIONALES SONT RENFORCEES EN 2025

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



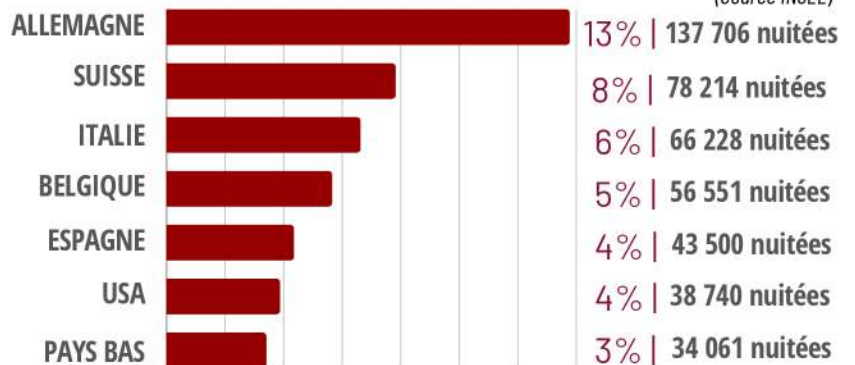
En 2025, ce sont 1 040 090 nuitées hôtelières qui auront été comptabilisées par l'INSEE sur l'agglomération. En hausse de 4,26% par rapport à 2024.

Répartition des nuitées hôtelières dans l'agglomération de Colmar pour l'année 2025 par nationalité (Source INSEE)



LES NATIONALITÉS LES PLUS PRÉSENTES DANS L'HÔTELLERIE DE COLMAR AGGLOMÉRATION EN 2025

(Source INSEE)



en % des nuitées totales France + International



EVOLUTION

Comme les deux années précédentes, en décembre, les Espagnols ont constitué la 1ère clientèle dans l'hôtellerie avec 13 768 nuitées, mais marquant une baisse de -7% par rapport à 2024. Toujours devant les italiens avec leurs 11 999 nuitées.



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

Un week-end de Pâques très fréquenté et des semaines à la météo changeante : le bilan de l'édition 2025 restera celui d'une année notable.

Organisation des Marchés de Noël

Les Marchés de Noël 2025 se sont tenus dans un contexte de fréquentation toujours aussi important avec des dates similaires à celles de 2024. La réflexion autour des enjeux durables s'est de nouveau poursuivie amenant à des actions fortes, tout particulièrement autour les questions liées à la gestion des déchets qui a été renforcée.

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 publiée début 2025

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

- Augmentation du nombre de prestataires de l'agglomération dans l'offre réceptive avec un nouveau site internet du Convention Bureau
- Refonte prolongée du site web consacré à Noël avec une vision territoriale élargie

C

FÉDÉRER LES SOCIOPROFESSIONNELS



- Poursuivre la réflexion sur les services aux adhérents
- Poursuivre la diffusion des informations 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

- Mise en place d'un Café Doc à destination des partenaires hébergeurs

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 avec un nouveau site web mis en ligne

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

- Poursuite des travaux suite à l'obtention de la Marque Qualité en 2024 en vue d'une labélisation Destination d'Excellence

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 le site internet amiral en lien avec l'évolution de la démarche et en intégrant mieux les communes de l'agglomération
- Mise en ligne du nouveau site web du Colmar Convention Bureau

Travail sur les clientèles cibles

- En 2025, des accueils de presse toujours 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.
- Travail sur la valorisation du territoire auprès des locaux comme des visiteurs avec l'opération des Cartes à croquer avec Jean Freund et Maëlle Kadah

Tourisme d'affaires

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

Adaptation des outils numériques

- Mise en ligne du nouveau site web affaires et participation à la refonte du site web du MIA

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
- Travailler à l'obtention du classement en catégorie 1 de l'Office de Tourisme

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

- À la suite de l'obtention de la marque QT avec un taux de conformité de 91,2% sur 188 critères, travail sur la constitution du dossier de classement de l'OT en catégorie 1 et de la labellisation Destination d'Excellence

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

Optimisation de l'organigramme, préparation des départs en retraite

- Une restructuration réussie du service des visites guidées avec de nouveaux liens avec les guides qui permettent de mieux répondre aux demandes.
- Formation continue pour les agents d'accueil
- Process de recrutement pour l'accueil avec un renouvellement important par suite de départs en retraite et de démission

MARCHÉS PRIORITAIRES EN 2025

Le marché français est resté la priorité absolue avec des efforts particuliers portés vers les marchés belge (en très nette perte de vitesse en Alsace de manière générale depuis 2 ans), allemand ou suisse.



PERSPECTIVES 2026 :

Les marchés français, belge, allemand et suisse restent encore et toujours 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 2025 s'inscrit dans la continuité d'une dynamique performante, marquée par des accueils presse qualitatifs, souvent opportunistes, ainsi que par des opérations de promotion ciblées, en adéquation avec les orientations de l'ADT et d'Alsace Essentielle. Cette démarche s'appuie sur une stratégie consolidée, avec une attention renforcée portée aux marchés prioritaires et aux actions à forte valeur ajoutée.

La synergie entre œnotourisme, gastronomie et culture permet de proposer une offre cohérente. Elle favorise un positionnement affirmé, capable de séduire une clientèle exigeante, appartenant notamment aux catégories socio-professionnelles supérieures et disposant d'un fort pouvoir d'achat.

À cet axe structurant viennent progressivement s'intégrer les enjeux liés aux mobilités douces, à travers le développement des trains, du vélo, ainsi que des balades et randonnées.

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.

De plus, l'OT, en collaboration avec l'ADT, a fait découvrir la ville de Colmar et ses richesses à de nombreux journalistes, notamment allemands, à l'occasion d'accueils presse commun.

La Suisse, cible privilégiée

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. Elle 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



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.

Salon Fiets & Wandelbeurs à Utrecht du 14 au 16 février 2025

Salon spécialisé vélo clientèle néerlandaise

PROMOTION GROUPES LOISIRS

Rendez-vous en France à Lyon - 1er et 2 avril 2025

- 2 jours de workshop BtoB à la Halle Tony Garnier avec 33 rendez-vous programmés avec des TO internationaux (une quarantaine de contacts qualifiés rencontrés)
- 1 Eductour - pré-tour 1 nuit à Colmar avec 7 TO

Salon PRO CSE au CGR Colmar - 27 février 2025

Présence au salon Pro/CSE Alsace 2025 réunissant professionnels, entreprises locales et représentants CSE autour des thématiques loisirs, billetterie et services.



PROMOTION « AFFAIRES » AVEC LE COLMAR CONVENTION BUREAU

En 2025, le Colmar Convention Bureau a poursuivi la valorisation de Colmar et sa région comme destination phare du tourisme d'affaires, tout en renforçant sa synergie avec Meet in Alsace* lors d'actions de promotion collectives et de valorisation autour de deux axes :

- PROMOTION (participation à des salons professionnels)
- COMMUNICATION et RELATIONS PRESSE (renforcement de la stratégie digitale et déploiement d'une présence dans la presse spécialisée MICE)

**Meet in Alsace est le collectif dédié au tourisme d'affaires en Alsace, réunissant les bureaux des congrès de Strasbourg, Colmar et Mulhouse, chapeautés par Alsace Destination Tourisme, afin d'accompagner les entreprises dans l'organisation d'événements professionnels*

Promotion : 6 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.

meet in
Alsace

- MICE'clusive Atout France Allemagne - Francfort, 13 mars
- Alsace Business Connect - Mulhouse, 18 mars
- Trophées des entreprises d'Alsace - Strasbourg, 20 mars
- Séminaire Business Event - Strasbourg, 22 mai
- Assistants Day - Zürich, 10 septembre
- Déjeuner MICE avec Agence Partance en partenariat avec ARTGE - Genève, 29 octobre

Communication et visibilité dans les médias spécialisés

Une stratégie de communication en combinant : visibilité digitale, expertise presse et présence terrain.

Stratégie digitale : production de contenus / diffusion ciblée

Valoriser les actions, les actualités et les temps forts de Meet in Alsace

- Contenus web & blog : rédaction régulière d'articles spécialisés et de communiqués de presse visant à accroître la visibilité et à alimenter l'espace blog Meet in Alsace / 11 articles web pour les 3 villes et 2 communiqués de presse communs (en 3 langues)
- Réseaux sociaux : diffusion multicanale sur LinkedIn, X, Facebook
- Campagne de Notoriété : collaboration avec la société Basik pour intensifier la marque Meet in Alsace sur nos marchés prioritaires : France, Allemagne, Suisse

Communication visuelle et publicitaire

Allier campagnes d'image et insertions rédactionnelles au sein de la presse spécialisée

- Identité de marque : poursuite de la promotion de la charte graphique notamment sur des fonds de stands lors de salons professionnels
- Affichage stratégique : déploiement de campagnes d'affichage dans des lieux locaux névralgiques liés au tourisme d'affaires (ex. Colmar Expo, vitrine de la CCI Place de la Gare à Colmar...)
- Campagne Presse Spécialisée : achat d'espaces et insertions publicitaires dans des magazines spécialisés et économiques



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

- 42 diffusions
- 2 345 000 affichages
- 190 700 interactions



Focus LinkedIn

réorientation progressive des investissements social media vers LinkedIn en cours d'année, afin de privilégier une communication plus professionnelle et ciblée BtoB



- Presse économique et institutionnelle : MEDEF magazine, Eco Business le Mag
- Presse spécialisée MICE: Business Event, Smartemployer.ch
- Cibles internationales : Femina (Suisse romande)

10 Retombées recensées

- 3 articles dans Le Mensuel éco Grand Est
Tirage : 15 000 ex - Lecteurs : 25 000
- 5 articles dans Business Event – Tirage : 50 000 ex
- 1 brève dans le dossier Séminaires été d'EcoRéseau Business
Tirage : 40 000 ex - Lecteurs : 181 600
- 1 brève sur 2 hébergements dans le dossier Grand Est de Tendance Nomad
Tirage : 15 000 ex - Lecteurs : 59 000



Dernière de couv d'Assistant(e)Plus - guide MICE

Dossier complet Grand Est dans Courants d'Air pro



Double page MEDEF Magazine

Comment la région répond-elle aux exigences responsables des entreprises dans l'organisation d'événements ?

L'Alsace se positionne comme une destination éco-responsable avec des efforts continus à l'échelle des territoires pour accompagner la transition écologique des événements professionnels, qui sont fortement renforcés ces dernières années, avec un accord mis sur la durabilité, la RSE, la marque employeur.

L'Alsace affirme un engagement global et une ambition forte en matière de durabilité, offrant un cadre adapté aux entreprises soucieuses de leur impact environnemental et de leur responsabilité sociale.

Des outils (labels, chartes, certifications) sont proposés pour encourager la mise en conformité des acteurs MICE.

Quelles sont les dernières innovations proposées permettant de renforcer l'impact d'équipe et valoriser le capital humain ?

L'Alsace propose une offre incentive variée, entre patrimoine, innovation, gastronomie, sport et nature, pour renforcer la cohésion d'équipe et valoriser le capital humain. Chaque au-

trier en ville, balades dans les vignes, dégustation sur la Route des Vins, défis sportifs... L'idée est de pouvoir organiser le territoire tout en respectant. Tous les territoires de l'Alsace, chaque des trois grandes villes alsaciennes propose par le biais de leur bureau des conventions respect, un accompagnement gratuit sur mesure selon les valeurs et enjeux professionnels de chaque entreprise. **PRÉSENTATION DES AGENTS**

Strasbourg
Tel. : +33 (0)3 68 12 42 22
contact@mystrasbourg.com
www.mystrasbourg.com
Votre contact : Nicolas BAPTISTE

Colmar
Tel. : +33 (0)3 69 20 69 06
booking@tourisme-colmar.com
www.colmar-congres.com
Votre contact : Céline THOMANN

Mulhouse
Tel. : +33 (0)3 69 35 47 48
congres@tourisme-mulhouse.com
www.congres-mulhouse.com
Votre contact : Régine DUBRECHIN

Présence de la destination Colmar sur la plateforme Explore Grand Est – espace MICE de l'ARTGE – et relais promotionnels sur LinkedIn



PERSPECTIVES 2026 : UNE STRATÉGIE DE CONTINUITÉ ET D'OPTIMISATION

- Poursuivre les travaux engagés aux côtés de Meet in Alsace afin de renforcer l'attractivité de la destination
- Maintenir une production régulière de contenus éditoriaux à travers la rédaction d'articles Web valorisant les actualités et les offres du territoire
- Consolider la présence digitale et l'animation des réseaux sociaux professionnels afin de préserver une visibilité continue auprès des cibles BtoB
- Participer à des opérations promotionnelles ciblées et à forte valeur ajoutée, en privilégiant des actions optimisées au regard des moyens budgétaires disponibles

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 2025

- **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" :**
 - 150.000 ex. français
 - 30.000 ex. allemand
 - 50.000 ex. anglais
 - 30.000 ex. espagnol
 - 10.000 ex. italien
- **Calendrier "Visites guidées individuelles"**
 - 5.000 ex. version trilingue
- **Colmar convention bureau**
 - 250 ex. en deux langues



LES ÉDITIONS DESTINÉES AUX PROFESSIONNELS

Dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue de la stratégie de développement touristique, de la révision de nos pratiques internes et du renforcement de la communication avec nos partenaires professionnels, il est essentiel que l'Office de Tourisme s'affirme comme l'interlocuteur principal et privilégié. À ce titre, il a pour mission de valoriser, développer et promouvoir l'ensemble des offres des prestataires locaux, afin d'accroître la visibilité et l'attractivité du territoire.

WWW.TOURISME-COLMAR.COM/IMAGES/2025/GUIDE_DU_PARTENAIRE_2025-2026.PDF



PERSPECTIVES 2026

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

4ÈME ÉDITION DU GUIDE DE DESTINATION ET BILAN



UN PROJET COMMENCÉ EN 2021

La refonte du guide de destination a été engagée en 2021 et a donné lieu à une première édition en 2022. Ce projet structurant avait pour objectif de mieux répondre aux attentes des prestataires locaux comme des visiteurs. Il s'est traduit par l'intégration de nouveaux encarts et par une offre commerciale repensée, plus claire et plus accessible pour les socio-professionnels. Parallèlement, les contenus éditoriaux ont fait l'objet d'une actualisation et d'un travail de fond.

Au final, le guide prend la forme d'un magazine moderne et attractif, proposant une large palette d'idées et de suggestions pour inspirer et accompagner les visiteurs tout au long de leur séjour.



UN BILAN EXTRÊMEMENT POSITIF APRÈS CINQ ANNÉES D'ACTIONS

Les quatre premières éditions ont rencontré un réel succès : la totalité des 55 000 exemplaires imprimés chaque année a été diffusée. Par ailleurs, la version numérique a suscité un intérêt encore plus marqué, avec un nombre de consultations supérieur à celui du format papier, dépassant les 83 000 vues. Au total, la version estivale du guide a ainsi été consultée au moins 138 888 fois.



UNE PUBLICATION D'HIVER PENSÉE POUR CÉLÉBRER LA MAGIE DE NOËL

Fort du succès de l'édition estivale, une déclinaison hivernale, proposée exclusivement en version numérique, a été mise en place. Accessible via un QR code intégré aux plans des marchés de Noël, elle a enregistré 27 463 consultations.

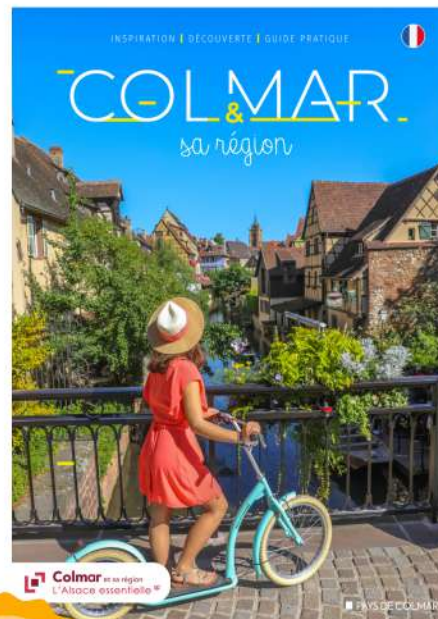


UN GUIDE QUI COMPLÈTE L'EXPÉRIENCE OFFERTE PAR LE SITE WEB DE LA DESTINATION

Pensé comme une véritable porte d'entrée vers la destination, ce guide intègre des QR codes de manière stratégique tout au long de ses pages.

Ces dispositifs interactifs permettent au lecteur de poursuivre son exploration en ligne, en l'orientant vers les différents supports de l'écosystème web de l'Office de Tourisme.

Il peut ainsi accéder à des contenus complémentaires, des informations pratiques, des suggestions personnalisées ainsi qu'à des actualités actualisées en temps réel, enrichissant pleinement son expérience.



Guide de Destination
2025

138 K
VUES



3.8 MILLIONS
LE NOMBRE DE PAGES VUES
SUR CALAMEO



PERSPECTIVES 2026

- Conception des outils d'accueil essentiels
- Actualisation du guide de destination
- Révision et nouvelle édition du guide partenaires

RELATIONS PRESSE & INFLUENCEURS

En accord avec les orientations politiques définies, le choix a été fait de ne plus mettre l'accent sur la communication. En effet, la notoriété de Colmar n'est plus à démontrer et repose déjà sur une image forte et durable. Cette stratégie s'inscrit également dans une volonté de cohérence, notamment en assumant le parti pris de ne pas recourir à des influenceurs. Par ailleurs, il a été décidé de ne pas mettre en avant la période de Noël, afin de diversifier les axes de valorisation du territoire et d'encourager une approche plus équilibrée de son attractivité tout au long de l'année.

Toutefois, dans la continuité des actions menées les années précédentes, nous entretenons le lien avec les marchés de proximité, et plus particulièrement avec les pays limitrophes à la France, à savoir la Suisse, l'Allemagne et la Belgique (clientèle en forte baisse de fréquentation ces dernières années).

Les accueils organisés en 2025 :



Le Figaroscope, article sur les coups de coeur "gastronomie"

- Touring Club Italiano
- Camping-car Magazine (avec Alsace Destination Tourisme)
- Trésors d'Alsace, des Dernières Nouvelles d'Alsace



DES COOPÉRATIONS FRUCTUEUSES ADT + ARTGE + OTSR

Si les baisses budgétaires imposées à l'ADT notamment nous ont contraints à réduire les accueils presse - et ce malgré le nombre constant de sollicitations - 2025 a confirmé la pertinence des partenariats avec Alsace Destination Tourisme, l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est (ARTGE) ainsi que l'Office de Tourisme de Strasbourg. Ces collaborations ont contribué à consolider notre stratégie d'accueil et à renforcer la visibilité de notre destination sur des thématiques ciblées. Ils ont permis de concevoir des programmes de qualité, élaborés de manière concertée, répondant aux attentes des journalistes tout en valorisant les spécificités de notre territoire dans une approche régionale cohérente.

Ci-dessous, quelques exemples d'accueils presse en 2025 :



Lausanne Cités : un accueil organisé avec Atout France et l'Office Eurométropolitain de tourisme, des loisirs & des congès de Strasbourg.



Outdoor Magazines, média néerlandais, pour un parcours de l'Alsace à vélo. Un accueil organisé avec l'ARTGE et l'Office Eurométropolitain de tourisme, des loisirs & des congès de Strasbourg.

<https://outdoormagazines.nl/bike-explorer-2025-5/fietsen-in-de-elzas/>



The Connexion, magazines pour les anglo-saxons vivant en France. Un accueil organisé avec l'ARTGE.



En collaboration avec l'hôtel Le Maréchal. De nombreux articles parus en France, en Italie et au Danemark.



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 +

L'Eloge, média culturel en ligne, accueilli pour la troisième année consécutive



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

MasterChef

Beau magazine et reconnu pour sa qualité, Masterchef s'adresse à un lectorat de CSP+, cible qu'on encourage à venir sur le territoire. Il permet de mettre en valeur la région, avec des focus sur différents secteurs, dont Colmar et met en valeur nos partenaires (commerce, culture et restauration).



0100000000



Colmar et ses villages

La région de Colmar est une région à la fois riche en patrimoine et en paysages. Elle offre une vue d'ensemble unique sur la région de Colmar et ses villages.

Le Festival International de Colmar célèbre la musique classique et offre une vue d'ensemble unique sur la région de Colmar et ses villages.

208



Colmar et ses villages

Le Festival International de Colmar célèbre la musique classique et offre une vue d'ensemble unique sur la région de Colmar et ses villages.



Colmar et ses villages

La région de Colmar est une région à la fois riche en patrimoine et en paysages. Elle offre une vue d'ensemble unique sur la région de Colmar et ses villages.

Le Festival International de Colmar célèbre la musique classique et offre une vue d'ensemble unique sur la région de Colmar et ses villages.

209

Paris Match

Une pleine page de publi-rédactionnel dans Paris Match Belgique afin de promouvoir la région auprès des visiteurs belges, qui se font plus rares ces dernières années.



PERSPECTIVES 2026 :

- Poursuivre la politique d'accueil dédiée aux marchés prioritaires (France, Belgique, Allemagne), tout en l'élargissant aux marchés secondaires, tels que les États-Unis ou le Japon, dès lors que la demande présente un réel intérêt qualitatif.
- Par ailleurs, rester attentif aux opportunités émergentes sur les marchés européens en développement.



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

Chaque année, la période de Noël suscite un intérêt marqué de la part des médias, tant en France qu'à l'international.

Nous faisons le choix de ne pas organiser d'accueils presse durant cette période, sauf à de très rares occasions répondant à des objectifs spécifiques. Les sollicitations sont examinées au cas par cas, lorsque le format proposé permet un traitement approfondi. Ces opportunités demeurent précieuses pour mener un travail pédagogique et promouvoir une vision plus responsable et durable de l'événement.

En mettant en lumière les coulisses, les engagements ainsi que les actions entreprises pour préserver la qualité de vie des Colmariens, nous contribuons à véhiculer une image plus apaisée et positive de Noël auprès du public local. Cette tonalité se retrouve globalement dans les articles de la presse quotidienne régionale.



Par ailleurs, il convient de souligner que les accueils de presse, blogueurs ou influenceurs ne sont pas pris en charge durant la période de Noël. De nombreux médias se rendent néanmoins à Colmar de manière autonome pour réaliser leurs reportages, à l'image de TF1 ou M6. Enfin, l'Office de Tourisme ne mène plus aucune action publicitaire ni campagne de promotion payante autour des marchés de Noël depuis près de dix ans.

OPÉRATION « LES ADRESSES À CROQUER » (ÉTÉ 2025)

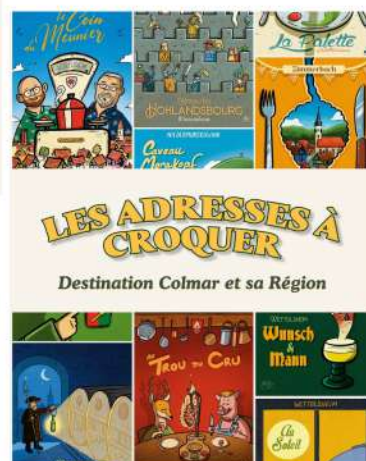
Concept, objectifs et retours du projet

Porté par l'Office de Tourisme en partenariat avec Illustr'Alsace (Jean Freund & Maelle Kadah), ce projet a permis de valoriser dix adresses locales à travers un dispositif combinant vidéos et cartes postales illustrées. Il s'articule autour d'un parcours ludique, graphique et gourmand, invitant à la découverte du territoire au-delà du centre-ville.

L'opération visait à renforcer l'attractivité touristique et l'animation locale, tout en générant de la visibilité digitale via les réseaux sociaux. La dimension participative et de collection (cartes et affiche) a contribué à l'engagement du public.

Les retours sont globalement très positifs. Côté visiteurs, le parcours est jugé attractif et incitatif à la découverte, touchant un public diversifié, local comme international. Côté partenaires, le dispositif est pleinement reconnu et apprécié, avec des retombées concrètes : hausse de la fréquentation, nouveaux visiteurs et visibilité accrue.

Ce projet confirme la pertinence d'un positionnement à la croisée du tourisme, de la culture et de la gastronomie.



- ≈ 350 000 vues cumulées sur les vidéos
- 4 000 cartes postales distribuées
- Engagement réel autour de la collection (affiches récupérées, participation active)
- Une vidéo a dépassé 100 000 vues (Au Trou du Cru)
- Réassort nécessaire sur certains partenaires (Cave de Turckheim)

LES SITES INTERNET

L'OT administre au total six sites internet.

STATISTIQUES DES VISITES DES PRINCIPAUX SITES INTERNET 2025

SITES INTERNET	2024	2025	ÉVOLUTION
tourisme-colmar.com	1 530 322	1 453 805	-5.02 %
noel-colmar.com	841 000	985 552	+17%



Taux de fréquentation des visiteurs français en 2025 : **45,29%**

1. Grand Est : 17.65%

2. Île-de-France : 10,02%

3. Auvergne-Rhone-Alpes : 4.32%



Taux de fréquentation des visiteurs étrangers en 2025 :

1.ALLEMAGNE : 24.4%

2. SUISSE : 8%

3. USA : 3.5 %

Les statistiques web en 2025

2025 sera certainement vu comme une année charnière dans la lecture des statistiques d'un site internet comme celui de l'Office de Tourisme. Entre les robots qui sont majoritaires dans le trafic brut du serveur, la chute drastique des durées moyennes de visite et la montée en puissance des I.A. pour répondre aux questions des visiteurs, l'avenir des sites internet dans leur forme actuelle s'annonce délicate.



OBJECTIFS 2026 :

- Mise en place d'une web-app de séjour accessible via QR-CODE (réalisé)
- Mise en place de la collecte des manifestations et socio-pro via ia (réalisé)
- Mise en place d'une web-app de Noël pour améliorer l'expérience des utilisateurs



CUMUL SITES NOËL & DESTINATION

NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES

2025 : 2 171 311

2024 : 2 371 322

2023: 2 003 132

2022 : 1 567 436

PAGES VUES

2025 : 1 980 000

2024 : 4 926 710

2023 : 2 740 406

2022 : 4 322 115

DURÉE MOYENNE DE VISITE

33 secondes en 2025

50 secondes en 2023

48 secondes en 2022

RÉALISÉ EN 2025 :

- Mise en place d'un nouveau système d'affichage des informations sur le site Internet de l'Office du Tourisme, des marchés de Noël et du bureau de Turckheim.
- Mise en place d'un formulaire de collecte des manifestations directement relié à votre base de données
- Mise en ligne du site du Colmar Convention Bureau

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 avec l'arrivée des ia et l'obligation de payer pour être visible.

Le défi reste de se faire voir parmi l'infinité de contenus proposés aux utilisateurs. Depuis plusieurs années, l'effet bénéfique en matière de fidélisation de notre clientèle s'ajoute à 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
122 948 FANS au 09/06/2026
soit - 50 fans
1.2 M VUES
sur les posts Facebook
23.7 k RÉACTIONS



Instagram



ABONNÉS INSTAGRAM
Mai 2026 : 53 810
+ 7100 followers
soit + 15% par rapport à mai 2025
Mai 2025 : 46 800
Mai 2024 : 41 541
Mai 2023 : 36 364





ABONNÉS LINKEDIN
4010 abonnés en mai 2026
+ 280 abonnés
soit + 7,5% par rapport à mai 2025
Mai 2025 : 3730 abonnés
Mai 2024 : 3426 abonnés
Mai 2023 : 2853 abonnés
Mai 2022: 1031 abonnés

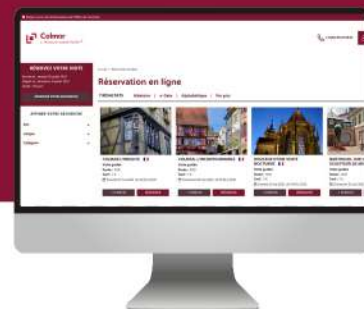


BEST 9 2025

2025 - INSTAGRAM

- 68 400 visites de notre profil Instagram
- 1.2 m de vues
- 10 700 interactions

4. COMMERCIALISATION

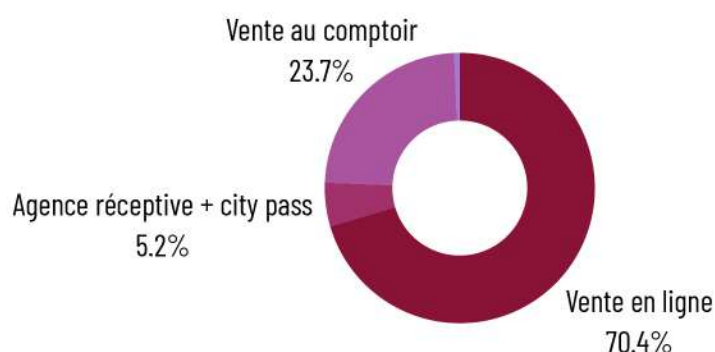


VISITES GUIDÉES

L'activité des visites guidées, qu'elles soient groupes ou individuelles, a poursuivi sa croissance dans la lignée de l'année 2024 et ce 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 2025 PAR CANAL DE VENTE :



PÉRIODE DE VENTE DES VGI SELON LE CANAL

La vente des VGI dans le cadre du City Pass et de l'Agence Réceptrice 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.

VISITES GUIDÉES

PRIVATIVES

Départs :

2025 : 1448

2024 : 1389

2023 : 819



Participants :

2025 : 29645

2024 : 24 027

2023 : 16 826



REGROUPEMENT D'INDIVIDUELS

Départs :

2025 : 163

2024 : 152

2023 : 127

Participants :

2025 : 4166

2024 : 3469

2023 : 3108

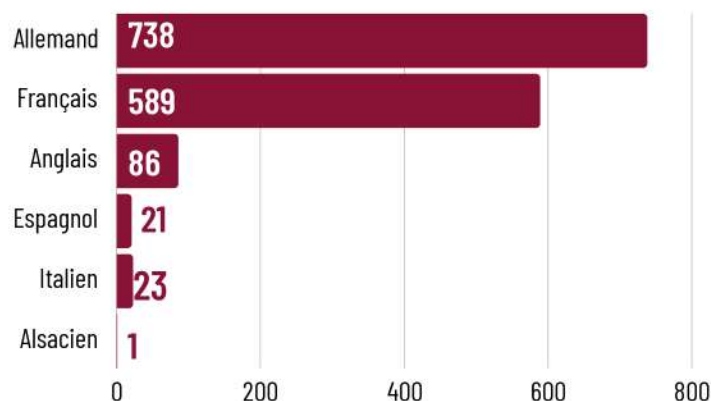
Tx remplissage:

2025 : 85%

2024 : 76%

2023 : 81%

RÉPARTITION DU VOLUME DE VISITES GUIDÉES PRIVATIVES 2025 PAR LANGUE DE GUIDAGE :

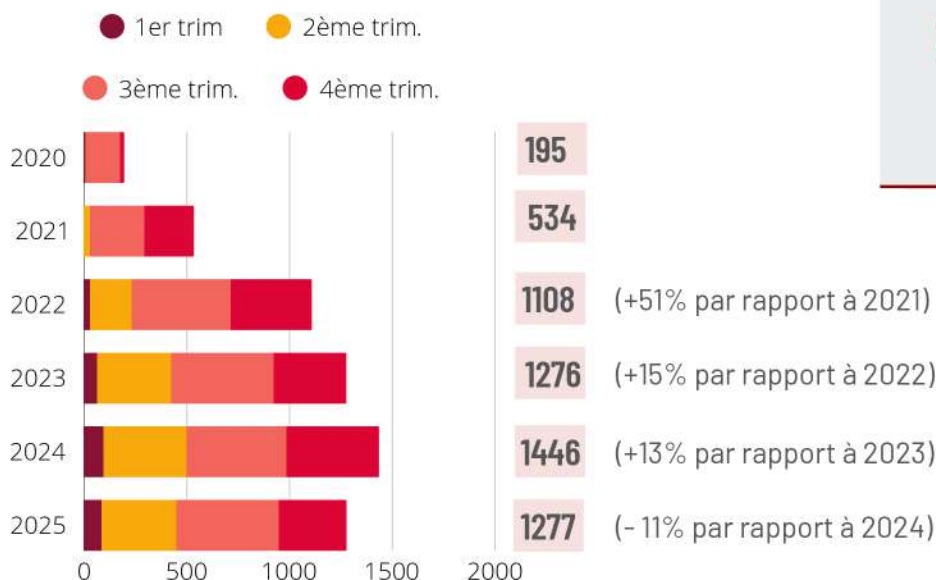


PERSPECTIVE 2026 :

Le service des visites guidées vise pour 2026 une augmentation du nombre de visites (groupes et individuelles) grâce à l'arrivée de nouveaux guides. Réduire les groupes privés à 25 participants pour un meilleur confort de visites pour tous.

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€

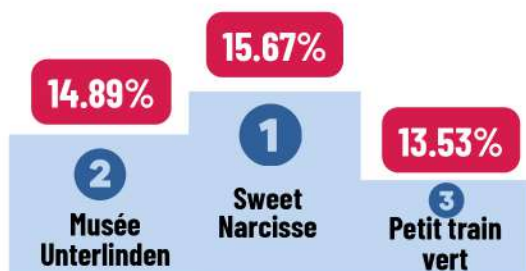
9-17 ans

Gratuit

< 8 ans

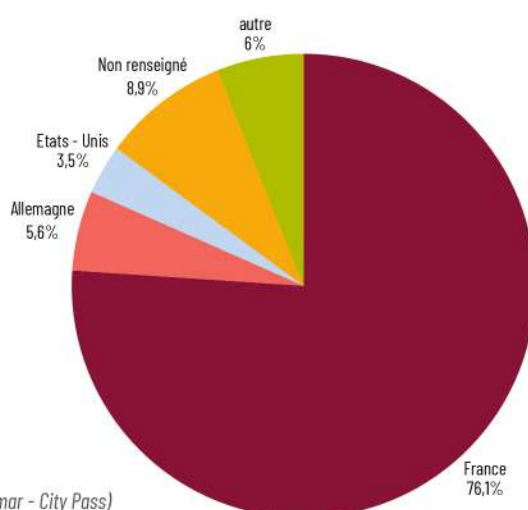
Le City Pass a connu une légère baisse d'attractivité par rapport à 2024 tout en restant un produit phare dans notre billetterie.

EN 2025, LE CITY PASS A GÉNÉRÉ 6443 ENTRÉES...



En 2025, le City Pass a permis un total de 6443 entrées, lesquelles ont été réparties selon l'ordre suivant : 1. Promenade en barque, 2. Musée Unterlinden, 3. Petit train vert, 4. Musée Bartholdi, 5. Village Hansi, 6. Église des Dominicains, 7. Musée du Jouet, 8. Musée d'histoire naturelle et d'ethnographie.

... POUR UN TOTAL DE 1277 PASS VENDUS À DES VISITEURS PROVENANT DE 18 PAYS DIFFÉRENTS



(Source : OT Colmar - City Pass)



PERSPECTIVES 2026 POUR LE CITY PASS :

Elargir l'offre du City Pass en incluant tous les musées de Colmar tout en conservant un tarif attractif pour le visiteur (nouvelle version du City Pass commercialisée depuis avril 2026)

L'AGENCE RÉCEPTIVE : EXPERTISE GROUPES

L'Agence Réceptive accompagne les groupes loisirs et affaires dans l'organisation de leur séjour en Alsace en proposant une offre clé en main incluant la réservation des hébergements, restaurants, visites et activités, avec un suivi personnalisé à chaque étape.



205 projets avec devis / 131 projets concrétisés

1607 personnes accueillies

2319 nuitées, et 3971 repas



GROUPES LOISIRS EN 2025

- Baisse enregistrée en 2025 : net ralentissement des demandes au printemps, dans un contexte géopolitique et économique incertain avec impact sur les prises de décision et les réservations groupes
- Diminution de la taille moyenne des groupes
- Tendance à des séjours plus courts
- Attention accrue portée au budget



SÉJOURS CLÉ EN MAIN POUR INDIVIDUELS

Succès des ventes de formules séjours "City Break" pour les individuels pendant les Marchés de Noël en semaine uniquement : taux de transformation de 78,5% en 2025 contre 68% en 2024 : moins de devis émis mais une proportion plus importante aboutissant à une confirmation

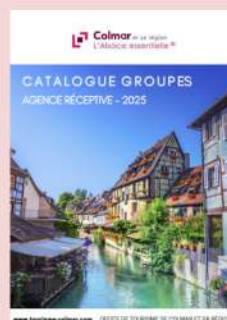


SERVICES :

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

CATALOGUE GROUPES

Catalogue Groupes Loisirs téléchargeable en ligne et traduit en 3 langues



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 2025

GROUPES LOISIRS



**78 DEVIS
TRAITÉS**
(95 en 2024)



**38 GROUPES
CONFIRMÉS**
(44 en 2024)



**1651
NUITÉES**
(1885 en 2024)



**1040
PARTICIPANTS**
(1378 en 2024)



**3346
REPAS**
(4326 en 2024)

INDIVIDUELS



**112 DEVIS
TRAITÉS**
(141 en 2024)



**88 DOSSIERS
CONFIRMÉS**
(96 en 2024)



**449
NUITÉES**
(498 en 2024)



223 PARTICIPANTS
(242 en 2024)



**215
REPAS**
(236 en 2024)



Chiffre d'affaires global Agence Réceptive en 2025 :

516,8 K €

(contre 664 K € en 2024) 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 d'événements professionnels
- **BROCHURE** : édition d'une brochure "tourisme d'affaires" destinée aux salons professionnels + rendez-vous B2B et téléchargeable en ligne
- **VISITES sur le terrain** : assurer une veille active et une connaissance approfondie du territoire (salles, hébergements, activités)



PERSPECTIVES 2026 TOURISME D'AFFAIRES

- Valorisation de l'offre MICE via une communication digitale renforcée, notamment sur LinkedIn
- Promouvoir la destination sur des salons spécialisés malgré un budget en diminution
- Poursuite et renforcement des actions communes avec Meet in Alsace et Explore Grand Est
- Mise à jour régulière du site internet et du blog afin d'optimiser les contenus et le référencement

Ils nous ont fait confiance en 2025 :



GROUPES AFFAIRES



**15 DEVIS
TRAITÉS**
(dont des offres
congrès
(16 en 2024))



**5 DOSSIERS
CONFIRMÉS**
dont 2
Congrès
(7 en 2024)



**219
NUITÉES**
(378 en 2024)



344 PARTICIPANTS
(557 en 2024)



**410
REPAS**
(994 en 2024)

Témoignage, Congrès MABS

” Nous avons été étroitement accompagnés pendant 18 mois pour l'organisation du symposium MABS27. Les services proposés par Colmar Convention ont été très appréciés par les congressistes et leurs partenaires originaires de 21 pays. Ceci a contribué à renforcer le rayonnement de l'Institut Franco-Allemand de Recherches de Saint-Louis sur la scène internationale. ”

5. ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS

2025 : LE PROJET S'EST INSCRIT DANS UNE VOLONTÉ DE RENFORCER LES RELATIONS AVEC LES PARTENAIRES.

L'Office de Tourisme de Colmar s'attache en permanence à identifier et activer les leviers susceptibles de dynamiser l'activité économique des acteurs touristiques locaux. Cette mission se traduit d'une part par un travail de fond, global et éditorialisé de valorisation de la destination, et d'autre part par la mise en avant ciblée des offres proposées par les partenaires adhérents. Elle repose également sur l'entretien, l'animation et le renforcement continu du réseau professionnel.

La reconduction du Guide du Partenaire s'est naturellement imposée. Cet outil constitue un support privilégié pour présenter aux socio-professionnels l'ensemble des services qui leur sont dédiés.

Grâce à cette démarche, l'équipe de l'Office de Tourisme peut à la fois mieux informer les visiteurs et leur faire découvrir une offre riche, diversifiée et qualitative.



Adhérer à l'Office de Tourisme constitue un engagement fort, traduisant la volonté de s'inscrire dans un réseau dynamique et collaboratif. Chaque nouvelle adhésion contribue à renforcer les liens entre les acteurs locaux et à valoriser un écosystème touristique vivant, dont vous êtes un acteur essentiel.

Adhérents

2020 : 302

2021 : 369

2022 : 444

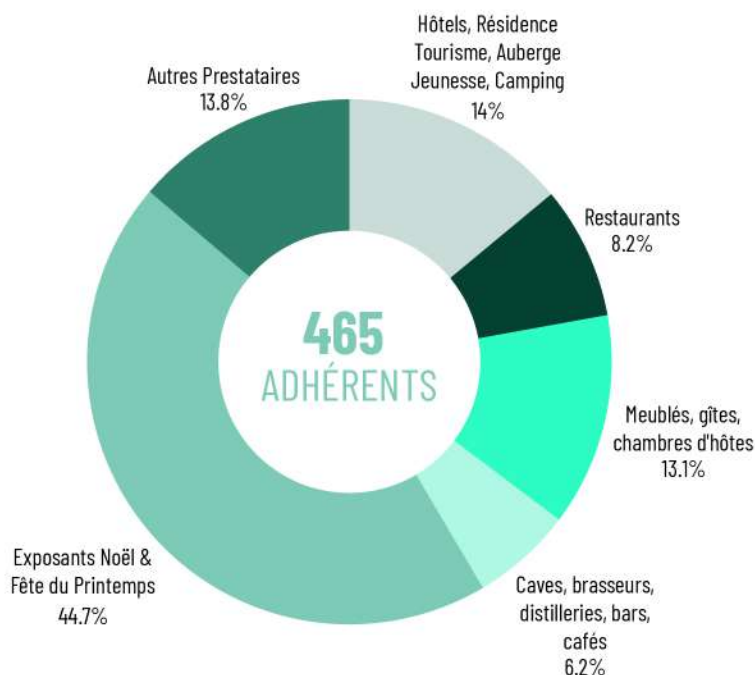
2023 : 428

2024 : 455

2025 : 465

+ 2,1 %
par rapport à 2024

+ 53,9 %
par rapport à 2020



PERSPECTIVES 2026 :

Renforcer et élargir la base des membres implique de poursuivre activement la promotion des services de l'Office de Tourisme auprès des acteurs socio-professionnels de l'ensemble de l'agglomération. Cette démarche vise à encourager de nouvelles adhésions, à consolider les partenariats existants et à assurer une valorisation cohérente et efficace de 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>



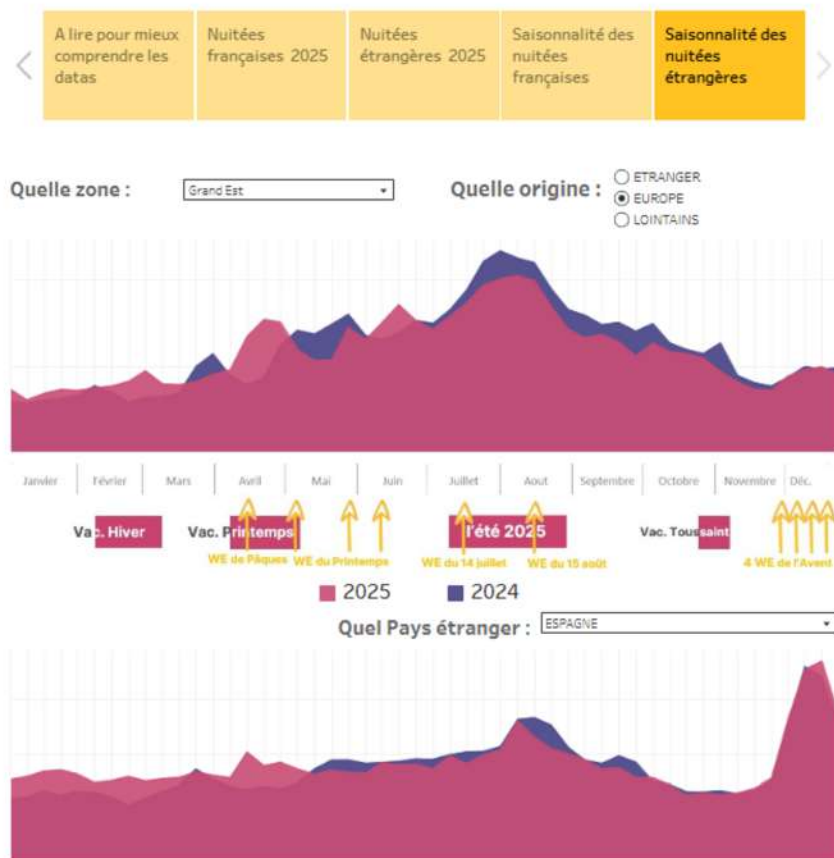
DONNÉES ORANGE FLUX VISION

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 et CDT/ADT du Grand Est
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 HOTELIERIE 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 HOTELIERIE 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 2028. 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 2026 :

- 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



**60 050 renseignements
donnés aux comptoirs
soit + 0.84% par rapport à 2024**

Nouveauté 2025:

- Point I gare du 24 nov. au 29 déc. 2025
- + 4079 demandes

Total :

- 48 196 DEMANDES À COLMAR (+0.84%)
- 11 854 DEMANDES À TURCKHEIM (-13%)

**215 728 personnes sont entrées dans nos BIT,
soit - 1.25 % par rapport à 2024**



**16 693 renseignements
téléphoniques
soit - 5.6%
par rapport à 2024**



**8441 renseignements par
courriels
soit + 8%
par rapport à 2024**

ORIGINE DES VISITEURS



TOP 5 DE L'ORIGINE DES CLIENTS ÉTRANGERS RENSEIGNÉS

1. Allemagne
2. Espagne
3. Italie
4. Belgique
5. USA



**123 NATIONALITÉS
DIFFÉRENTES DE CLIENTS
RENSEIGNÉS**



PERSPECTIVES 2026

- Poursuivre un accueil adapté et de qualité pour tous les visiteurs
- Développer la réflexion liée aux services sur le BIT de Turckheim
- Conserver la mise en place d'un Point I à la gare de Colmar pendant les marchés de Noël

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.



→ 11916 articles vendus en 2025
(-12 % par rapport à 2024)

→ 231 références en 2025

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 2026

- Réduction du nombre de références proposées en boutique
- Développement de la billetterie

7. STRUCTURATION DE L'OFFRE

BILAN ÉVÉNEMENTIEL 2025

L'Office de Tourisme de Colmar et sa Région a vécu une année marquée par l'ensemble de ces événements : un véritable marathon pour les équipes en termes de charge de travail, mais couronné par un succès populaire indéniable.



COLMAR FÊTE LE PRINTEMPS,
du 4 au 27 avril 2025

63 exposants présents (70% d'alsaciens)
dans 70 maisonnettes et 2 emplacements



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

Un week-end de Pâques très fréquenté et des semaines à la météo changeante : le bilan de l'édition 2025 restera celui d'une année notable.



BLÜEMALA & CIE



Grâce à l'association La Petite Ferme, les visiteurs ont eu l'occasion de découvrir la nouvelle mascotte des Marchés : Blüemala. Ce charmant lapin géant des Flandres, reconnaissable à ses longues oreilles, a pleinement savouré son passage à Colmar, entouré d'une vingtaine de compagnons, à plumes comme à quatre pattes. La présence des éleveurs demeure un élément essentiel de l'événement, permettant de sensibiliser le public à l'importance de préserver ces races remarquables.



"COQUILLES D'ART" :

LES OVOMINIATURISTES À L'HONNEUR



AMBIANCE PRINTANIÈRE ET... MUSICALE !

À l'occasion de l'arrivée des beaux jours, les amateurs de musique ont pu apprécier une vingtaine de concerts gratuits, entre musiques actuelles sur le parvis de la Bibliothèque des Dominicains et répertoires traditionnels sur la place de l'École. Une programmation entièrement locale, pour le plus grand plaisir des auditeurs !



À la croisée de l'art et de l'artisanat, cet événement a mis en lumière le talent d'artistes capables de transformer ces éléments naturels en véritables œuvres d'art. Installée au Koïfhus, l'exposition a séduit un large public, curieux de découvrir cet univers singulier, à la fois délicat et original.



COLMAR, L'ÂME DE NOËL

25 novembre au 29 décembre 2025

En cette fin d'année 2025, 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.



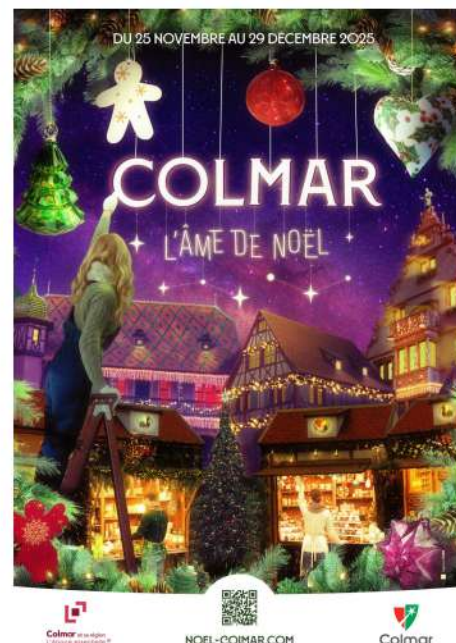
270 000
programmes papier
distribués



1,60 million
de visiteurs uniques
du 25/11 au 29/12



199 exposants
(dont 68% d'Alsaciens) dans
215 maisonnettes et
31 emplacements



NEW

NOUVEAUTÉ 2025 : UN POINT D'ACCUEIL SPÉCIAL NOËL EN GARE DE COLMAR



En partenariat avec la Trace, les équipes de l'OT se sont mobilisées pour accueillir les visiteurs dès leur arrivée en gare de Colmar. Cet espace mis à disposition par la SNCF, spécialement dédié à la période de Noël, a permis aux visiteurs d'obtenir toutes les informations nécessaires pour affiner leur séjour à Colmar et dans ses environs.

Pour la mise en valeur de cet espace, l'OT a fait appel à deux professionnelles colmariennes : Caroline, décoratrice de la boutique *Inspiration Design*, et Magali, fleuriste chez *Pivoine*.

Afin d'assurer la permanence sur ce point d'information, l'OT a renforcé ses équipes avec le recrutement de trois agents en CDD et a également mis en place un partenariat avec le lycée hôtelier

Alexandre Dumas (Illkirch-Graffenstaden) pour accueillir des étudiants en BTS Tourisme. Grâce à ce dispositif, davantage de visiteurs ont pu être renseignés par rapport à l'accueil habituellement assuré au bureau d'information situé place Unterlinden.



4079 demandes



295 heures
d'ouverture
du 24/11 au 29/12



Des
partenariats
avec des
acteurs locaux



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 2025, 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, commencement du dispositif, ce chiffre était de 29 tonnes.



350 levées
effectuées par Schroll
et Colmar Agglomération



11 tonnes
de verre
récoltés par Schroll



8,5 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 : nous avons à nouveau fait appel aux talents de Jeannine. C'est désormais l'ensemble du Marché de Noël de la place des Dominicains qui se pare de ses magnifiques panneaux peints entièrement à la main !





LUTIN FUTÉ S'ÉTEND À L'ALSACE ESSENTIELLE



Après le succès de la première édition du Lutin Futé, il a été étendu à l'ensemble des communes de l'Alsace Essentielle. Toujours détaillé par semaine, jour et tranche horaire, cet outil a permis à nos visiteurs, comme aux locaux de planifier leurs visites sur notre territoire.



LA CRÈCHE RETROUVE LA CATHÉDRALE

En 2025, la traditionnelle crèche change de décor. Habituellement installée au cœur du marché de Noël de la Petite Venise, elle prendra désormais place au pied de la cathédrale. Cet écrin plus central a offert aux visiteurs une expérience encore plus immersive dans la magie de Noël à Colmar.



NOËL À TURCKHEIM

Le Marché de Noël des Lutins s'est déroulé du 28 novembre au 30 décembre, organisé par la ville de Turckheim.



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



SAINT-NICOLAS EN SA DEMEURE

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 et repartir avec une petite douceur de Saint-Nicolas lors de sa venue les 5, 6 et 7 décembre.



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.



LA PRÉSENCE DES ASSOCIATIONS EN HAUSSE !

Noël est avant tout une période de partage et de solidarité. Fidèle à cette tradition, le Marché de Noël du Koïfhus a une nouvelle fois accueilli plusieurs associations locales pour faire connaître leurs actions et récolter des fonds. Ainsi, ce sont 13 associations qui se sont relayées tout au long de la période des fêtes sur les deux emplacements mis gracieusement à leur disposition.



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, 4 cook shows ont été réalisés au cours desquels des chefs de renom ont fait démonstration de leur savoir-faire avec dégustation de leurs produits.



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.



TROUVEZ LE TRÉSOR !

Cette année encore, deux chasses au trésor pour petits et grands ont été créées pour parcourir les recoins de Colmar et Turckheim.



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



1 600 lots
offerts par nos
partenaires



15 000 écoutes
des 6 contes de Noël
répartis dans tout le
centre historique



En 2025, l'OT a poursuivi son travail pour Qualité Tourisme/Destination d'Excellence.



Les référentiels du label Destination d'Excellence comportent deux piliers : un pilier qualité, déjà intégré dans la marque Qualité Tourisme, auquel s'ajoute un pilier écoresponsable. L'un des objectifs majeurs du label Destination d'Excellence est de s'adapter aux enjeux actuels du tourisme.

Le label Destination d'Excellence valorise le professionnalisme, l'excellence et l'engagement environnemental des acteurs du tourisme. Il s'adresse aux offices de tourisme, lieux de visite, caveaux et points de vente, chambres d'hôtes, visites guidées, restaurants et hébergements

LA SATISFACTION CLIENT, 1ER AXE DE TRAVAIL : BILAN 2025

QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION

Questionnaires sous forme de QR Code

Pour Colmar : 8 questionnaires remplis

- appréciation globale sur les services de l'Office de Tourisme : moyenne de 3,20/4 étoiles

Questionnaires votre avis nous intéresse par mail ou en ligne

Pour Colmar : 137 questionnaires remplis

- appréciation globale sur les services de l'Office de Tourisme : 3,77/4 étoiles

Pour Turckheim : aucun questionnaire complété

61 réclamations signalées à l'Office de Tourisme :

- 18 concernaient la Ville de Colmar
- 2, les restaurants
- 1, les musées
- 6, des hébergements
- 3, l'Office de Tourisme
- 24, les transports
- 7, les commerçants

E-réputation

Avis GOOGLE

Bureau de Colmar

4.7/5 (151 avis en 2025)

Bureau de Turckheim

4.5/5 (5 avis en 2025)



PERSPECTIVES 2026:

- Poursuivre la stratégie d'écoute client et l'amélioration continue des pratiques
- Valider le pilier écoresponsable DEX avant fin 2026.



VIGNOBLES & DÉCOUVERTES



Bilan Label Vignobles et Découvertes

Au 31 décembre 2025

29 établissements sont labellisés pour Colmar et son agglomération dont 2 nouveaux entrants dans la démarche :

- Hôtel Le Colombier
- Domaine Baur de Turckheim

Répartition des labellisés :

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

Renouvellement du label Vignobles & Découvertes 2025/2028

- Candidature portée par Alsace Destination Tourisme
- Démarche collective engagée depuis plus de 15 ans
- Labellisation de Cœur d'Alsace en 2011 et Terre & Vin au Pays de Colmar en 2012
- Première labellisation de la Route des Vins obtenue en 2019, renouvelée en 2022
- Notre objectif : prolonger et consolider une dynamique régionale structurée, au service d'un œnotourisme de qualité

Une offre labellisée dense et qualitative

- 420 offres & prestations labellisées sur l'ensemble du territoire début 2025 :
- 363 offres retenues pour la nouvelle candidature
- Prestations maintenues après renouvellement rigoureux
- Un ajustement assumé visant la qualité
- Le processus de renouvellement a permis d'affiner le portefeuille d'offres, privilégiant la qualité sur la quantité
- Cette démarche exigeante garantit la crédibilité du label
- L'offre demeure diversifiée et complète : caves, hébergements, restaurants, activités et événements constituent un écosystème œnotouristique cohérent et complémentaire



PERSPECTIVES 2026:

Vignobles en Scène les 16 - 17 et 18 octobre 2026
Labellisation de nouveaux adhérents



8. SYNTHÈSE FINANCIÈRE 2025

RECETTES	REALISE 2025	REALISE 2024	REALISE 2023
Ventes de marchandises (articles touristiques)	56 771	58 560	86 343
Visites guidées	217 897	206 885	98 302
Prest réceptives (réceptif, insert° guide hotel, city pass etc)	585 250	780 319	712 868
Evènements (Noel et Pâques)	1 325 303	1 350 748	1 292 178
Cotisations	76 289	74 750	64 651
Subvention Colmar Agglomération	1 050 000	1 050 000	1 050 000
Taxe de séjour et autre subventions Ville de Colmar	0	216 181	114 620
Produits financiers et exceptionnels	19 297	21 141	20 320
Reprise /prov/transferts charges et autres pdts	164 373	267 859	38 396
Totaux	3 495 181	4 026 443	3 477 679
DEPENSES	REALISE 2025	REALISE 2024	REALISE 2023
Achats (articles touristiques)	41 848	52 918	74 500
Guides conférenciers (hon Freelance + sal guides salariés)	141 576	135 729	54 677
Prestations réceptives	437 245	569 013	543 250
Frais de fonctionnement	378 908	370 210	341 697
Promotion Communication	111 020	71 331	50 005
Organisation des Evènements **	932 391	882 965	822 810
Charges de Pesonnel (hors sal guides et accueil gare)	1 385 597	1 320 980	1 228 993
Impôts et Taxes	77 943	73 286	62 297
Dap/Charges fin/Charges except	39 343	24 960	24 475
Totaux	3 545 870	3 501 392	3 202 704
DEPENSES	3 545 870	3 501 392	3 202 704
RECETTES	3 495 181	4 026 443	3 477 679
RESULTAT	-50 689	525 051	274 974

(**) hors crédits baux et frais pers et généraux liés à l'évènement.
(y compris sal accueil gare)

9. RESSOURCES HUMAINES

- Le nombre d'ETP est passé à 23,43 vers un retour à ce qu'il a été connu en 2023 avec une stabilisation des équipes après un dernier départ à la retraite en 2025.

10. PLAN D'ACTION 2026

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