

OFFICE DE TOURISME ET DES CONGRÈS
DE MULHOUSE ET SA RÉGION

Rapport d'activités

2021



MULHOUSE ALSACE
TOURISME
& CONGRÈS

sommaire

- | | | |
|--|---|------------------------------------|
| 03 ÉDITO | 08 PROMOTION | 26 STRUCTURATION DE L'OFFRE |
| 04 UN SYSTÈME DE GOUVERNANCE PARTAGÉE | 11 COMMERCIALISATION | 28 gestion des hébergements |
| 05 LES CHIFFRES CLÉS DU TOURISME | 15 COMMUNICATION | 32 SYNTHÈSE FINANCIÈRE |
| 06 LES MISSIONS DE L'OTC | 20 ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS | 33 PLAN D'ACTIONS 2020 |
| 07 STRATÉGIE 2021-2023 | 23 ACCUEIL ET BOUTIQUES | 34 L'ÉQUIPE EN 2020 |



édito

© Catherine Kohler



Au lendemain de la crise historique que nous venons de traverser et qui a très lourdement impacté le secteur touristique, nous devons collectivement nous relever et plus que jamais faire du tourisme une priorité économique au service de l'attractivité du territoire.

Après cette année 2020 tout à fait inédite, je tiens à saluer l'engagement, la détermination et le professionnalisme de l'équipe de l'Office de Tourisme et des Congrès. Un très grand merci à Jean-Pierre Walter, Président délégué, et Nathalie Birling, Directrice de l'office, pour la continuité de leur action et la promotion de notre territoire dans des conditions tout à fait exceptionnelles.

Le déploiement d'un large plan de communication à travers le Grand Est, en France et en Europe, chez nos voisins suisses et allemands, en Belgique et aux Pays-Bas, a permis à notre territoire de garder le lien avec ses visiteurs et touristes. Dans le même temps, la sortie d'un guide de l'été et la mise en avant de nos principaux musées, parcs et sites dans une série de vidéos croisées ont démontré la diversité et la richesse de notre territoire sur le plan patrimonial, culturel et touristique mais également l'énergie positive de tous les acteurs du territoire.

Je salue en outre le maintien « virtuel » et à distance des événements professionnels comme « Business et Tourism Lab » et « Café du Tourisme » qui nous ont permis à de garder un lien fort avec les acteurs du secteur.

Notre territoire doit maintenant se relancer ! Notre dynamisme et notre attractivité sont reconnus avec une offre touristique unique de par sa diversité : notre pôle de musées techniques et scientifiques, le premier d'Europe, notre Route de la Potasse, notre parc zoologique et botanique qui s'affirme comme un pôle de conservation des espèces menacées, l'Ecomusée d'Alsace, le Parc du Petit Prince sans oublier les sites du Sud-Alsace comme le Mémorial du Hartmannswillerkopf...

Notre éventail de richesses se déploie également à travers la gastronomie régionale et la Route des Vins, le talent de nos restaurateurs, de nos producteurs et de nos artisans locaux et notre « offre Nature » avec nos pistes cyclables, nos sentiers pédestres et bien évidemment, le Parc naturel régional des Ballons des Vosges ! Vous le voyez, notre territoire a tous les atouts pour réussir !

Ensemble, soyons au rendez-vous de la reprise !

Fabian JORDAN

Président de Mulhouse Alsace Agglomération - m2A

Un système de gouvernance partagée

Conseil d'administration

L'Assemblée Générale du 24 juin 2021 a élu le Conseil d'administration qui se compose ainsi :

Membres de droit

Jean-Pierre WALTER, OTC, **Président**
Rachel BAECHTEL, m2A
Jean-Marie BEHE, m2A
Daniel BUX, m2A
Christine DHALLENNE, m2A, **Assesseur**
Christine DUPONT-DUFEUTRELLE, m2A
Antoine EHRET, m2A, **Secrétaire**
Luc EHRHART, CCI Alsace Eurométropole
Hubert FRANCOIS, UMIH **Vice-Président**
Gilbert FUCHS, m2A, **Trésorier**
Michel LAUGEL, m2A
Monique LIERMANN, m2A
Roland ONIMUS, m2A, **Vice-Président**
Laurent RICHE, m2A
Emmanuelle SUAREZ, m2A

Invitées

Claire ARMBRUSTER, m2A
Laurent DUFOUR, m2A
Chantal RISSER, Région Grand Est
Lysiane SCHLEGEL, Auberge de Jeunesse - Camping de l'III***

Membres associés

Jennifer BILLIG, UMIH, **Secrétaire-adjoint**
Jacky CLEMENCIN, UMIH
Mario ELAND, EuroAirport
Olivier IANNONE, MMSA

Membres actifs

Gilles GEUDIN, Mercure Mulhouse Centre, **Trésorier-adjoint**
Sophie JULIEN, Les Vitrines de Mulhouse
Brice LEFAUX, Parc zoologique et botanique
Denis LEROY, Écomusée d'Alsace
Nicolas RIEHL, Parc du Petit Prince
Lucia NICOLAI, Soléa
Sylvain VERNEREY, Cité du Train - Patrimoine SNCF, **Assesseur**
Aurélien WEISROCK, Cité de l'Automobile, **Assesseur**

Conseillers techniques

Céline CASTALDINI, m2A
Dominique HUARD, m2A
Dagmar WINK, CCI Alsace Eurométropole

Bureau

Le Bureau de l'association et composé de 13 personnes représentatives de la diversité des acteurs du territoire touristique et se réunit une fois par trimestre.

Président : Jean-Pierre WALTER, OTC
Vice-Présidents :
Roland ONIMUS, m2A
Hubert FRANCOIS, UMIH
Trésorier : Gilbert FUCHS, m2A
Trésorier-adjoint : Gilles GEUDIN, Mercure Mulhouse Centre
Secrétaire : Antoine EHRET, m2A
Secrétaire-adjoint : Jennifer BILLIG, UMIH

Assesseurs :
Christine DHALLENNE, m2A
Sylvain VERNEREY, Cité du Train - Patrimoine SNCF
Aurélien WEISROCK, Cité de l'Automobile

Conseillers techniques :
Céline CASTALDINI, m2A
Dominique HUARD, m2A
Dagmar WINK, CCI Alsace Eurométropole

Invitées :
Claire ARMBRUSTER, m2A
Laurent DUFOUR, m2A
Lysiane SCHLEGEL, Auberge de Jeunesse - Camping de l'III***

Comité de Direction

Le Président et la Direction se rencontrent deux fois par semaine

Les chiffres clés du tourisme dans l'agglomération mulhousienne

Repères (base 2021)



9 972
lits dont 47 %
en hôtel¹



4 044
emplois salariés²

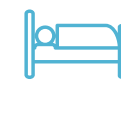


5,3 %
des emplois
touristiques
régionaux²

* Sources des chiffres :

1. Insee via l'inventaire communale des hébergements touristiques marchands ; ADN Tourisme pour l'offre des locations classées ; AirDNA pour l'offre AirBnB et HomeAway - Mises à jour avril 2022
2. ACOSS : emplois salariés d'une sélection de codes d'activités APE caractéristiques du tourisme regroupées en 4 familles : TRANSPORT (4932Z ; 4932B ; 5030Z ; 5110Z) ; RESTAURATION (5610A ; 5610C ; 5630Z ; 5610B) ; HEBERGEMENT (5510Z ; 5520Z ; 5530Z) ; ACTIVITES (7911Z ; 7912Z ; 7990Z ; 8230Z ; 9004Z ; 9102Z ; 9103Z ; 9104Z ; 9121Z ; 9200Z ; 9329Z)

L'activité redémarre !



570 000 nuitées marchandes
dans l'agglomération
(+ 54 % par rapport à 2020, -39% par rapport à 2019)

Source des chiffres plateforme de télédéclaration m2A 2021



43% de taux d'occupation
(soit une hausse de 25%)

Source MKG



405 255 entrées
dans les musées
soit + 41.6 % par rapport à 2020, - 43.9% par rapport à 2019

Source des chiffres MMSA 2021

Perspectives 2022



Le 1^{er} semestre 2022 a laissé entrevoir la confirmation de la reprise : séminaires, congrès, voyages de groupes et séjours individuels, la clientèle française et européenne semble être de retour. La situation reste fragile et compliquée avec la COVID, la situation géopolitique et la hausse des prix. La dernière minute reste de mise et continue à demander aux socioprofessionnels du territoire une grande souplesse.

Les missions de l'OTC



Orienter

les touristes dans la consommation



Asseoir

la notoriété et l'image du territoire



Générer

des retombées économiques pour le territoire



Observer

l'activité touristique du territoire



Soutenir

la compétence des socioprofessionnels



Provoquer

des opportunités commerciales pour les acteurs du territoire

L'essentiel en 2021

Avec notre service Communication

Poursuivre le travail sur l'image et la notoriété de la destination via les relations presse, continuer à soutenir la relance de l'activité touristique avec une communication ciblée sur les clientèles françaises et européennes.

- ▶ +/- 500 000 € de contre-valeur publicitaire
- ▶ 154 587 visites sur nos sites internet
- ▶ 16 296 fans sur Facebook

Avec nos services aux socioprofessionnels

Créer des opportunités d'échange et d'enrichissement mutuel, informer, et accompagner les projets

- ▶ 168 adhérents
- ▶ 74 participants à nos rendez-vous

Avec l'accueil

Conseiller les touristes dans leur découverte du territoire, les informer sur les offres complémentaires pour agrémenter leur séjour

- ▶ 42 459 visiteurs
- ▶ 236 325 € H.T. de CA réalisé en boutique (hors billetterie)

Avec notre service Promotion

Reprendre contact avec les professionnels, pour relancer la programmation du territoire dans leurs séjours et circuits

- ▶ 14 opérations maintenues

Avec notre Bureau des Congrès

Présenter les nouveautés et l'originalité de l'offre du territoire, pour stimuler le retour des événements « en présentiel »

- ▶ 3 événements accueillis
- ▶ 16 560 € de consommation territoriale

Avec notre service Réceptif

Proposer de nouvelles visites guidées pour les individuels en mettant en avant les pépites du territoire, relancer la clientèle groupe pour préparer leurs prochains voyages

- ▶ 24 groupes accueillis
- ▶ 77 142 € de consommation territoriale
- ▶ 300 demandes d'information traitées

L'OTC gère 2 établissements :

L'Auberge de Jeunesse et le Camping de l'III***

En 2021



17 344 nuitées

- 13 042 nuitées au Camping de l'III***
- 4 302 nuitées à l'Auberge de Jeunesse



306 200 € de chiffre d'affaires

Stratégie 2021-2023

Le tourisme a subi de plein fouet la pandémie. Si 2021 a connu un redémarrage, il est encore en dents de scie et le territoire est encore loin de retrouver le niveau de fréquentation de 2019.

Les attentes et besoins des touristes ont évolué vers un tourisme plus responsable avec une appétence renouvelée pour le tourisme de proximité. Après avoir déployé la majeure partie de ses actions vers le marché français en 2021, l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse compte séduire à nouveau ses clientèles étrangères de proximité.

L'évolution des tendances de la consommation touristique, à savoir le smart tourisme est bien intégré au plan d'action : en axant ses actions sur la proximité, la quête d'un tourisme durable et responsable (valorisation des circuits courts, prestataires « écologiques », quête de sens...) et le numérique (expérientiel, parcours d'achat numérique, agilité...).

Nos objectifs

Développer l'image et la notoriété de la destination.

Relancer la fréquentation et les retombées économiques sur le territoire, allonger la durée de séjour

Nos Cibles

Tourisme d'agrément : les urbains, les CSP+, les couples sans enfant et les familles.

Tourisme d'affaires : les agences événementielles et corporate, tant pour des séminaires que des réunions d'entreprises, ainsi que des congrès de 200 à 400 personnes.

Nos marchés prioritaires

LES MARCHÉS DE PROXIMITÉ

La France

Les pays européens

- L'Allemagne
- La Belgique
- La Suisse
- Les Pays-Bas
- L'Italie
- L'Espagne

Une stratégie sur 3 ans (voire sur 5 ans) sera à mettre en place avec l'agence d'attractivité du territoire en intégrant tous les opérateurs concernés (tourisme et culture). Elle sera déclinée ensuite en plan d'actions opérationnel. Dans cette attente le plan d'actions 2022 s'inscrit dans la continuité de la reconquête lancée en 2021, avec une reprise des actions sur l'Espagne et l'Italie.

À noter : un projet d'envergure pour 2022 avec la refonte totale du site internet.

Cette stratégie se décline chaque année en plan d'actions opérationnel (cf p.33).



PROMOTION



La promotion Loisirs



6 opérations
grand public

- Explore Alsace (salon virtuel)
- Made in Alsace à l'Ecomusée d'Alsace
- Foire européenne de Strasbourg
- SITV Colmar avec le Pays des Étoffes
- Marché Noël à Dunkerque
- 10 ans Dampfzentrum à Winterthur, Suisse



3 opérations
pros

- **France** : Tourmag B2B "Je vends la France et l'outre-mer"
- **France** : Démarchage Autocaristes Savoie
- **Allemagne** : Workshop France- Strasbourg
- **Allemagne** : Pré-tour du Workshop France



50 contacts

Tour-opérateurs, agences de voyages et autocaristes, CE lors de salons et workshops



Focus sur...

La Foire Européenne de Strasbourg.

À l'invitation de la CeA, l'OTC a pu mobiliser les acteurs du territoire le temps d'une journée et ainsi présenter Mulhouse et sa région de façon attractive !

Des maquettes de la Cité du train, deux motos de la grange à Bécanes, une machine d'Electropolis et la présence d'Alsaciennes en costumes de l'Ecomusée sont autant d'éléments représentatifs de notre identité qui ont attiré les visiteurs strasbourgeois.

La promotion tourisme d'affaires

5 opérations

- Multi- marchés : Meets M&I format (digital)
- France : Workshop Grand Est Meet & Connect – Paris ; Pure Meeting France ; Exclusive MICE Deauville ; Eductour avec des entreprises parisiennes

52 contacts

Source des chiffres : OTC



Perspectives 2022

Cette année est marquée par la reprise des actions de promotion sur les marchés prioritaires de l'OTC. Si ADT nous donne l'opportunité d'être à ses côtés lors d'évènements grand public (marché de Noël de Dunkerque, Internationaux de Strasbourg...), l'ARTGE lance des workshops dédiés Grand Est à destination des professionnels du tourisme de loisir (Espagne, Belgique, Allemagne).



PARTENAIRES



2 COMMERCIALISATION



Le Bureau des Congrès

L'activité du Bureau des Congrès connaît une belle hausse par rapport à 2020. On observe moins de demande mais presque la même quantité de dossiers devisés. Le nombre de dossiers commercialisés est également plus élevé avec une volonté d'organiser des événements d'affaires même si certains ont finalement dû être annulés du fait de la situation sanitaire. Malgré la baisse de la demande et du nombre de participants, il y a un vrai besoin de créer des événements dynamiques et de belle qualité pour retrouver, réunir et fédérer l'ensemble des collaborateurs.

CHIFFRES CLÉS



16 560 €
de consommation territoriale



28 demandes
entrantes
(- 6 par rapport à 2020)



7 dossiers devisés
par l'OTC
(- 6 par rapport à 2020)



5 dossiers commercialisés
par l'OTC en 2021 dont 2 événements
annulés et non reportés du fait
de la situation sanitaire



19 350 € TTC de chiffre d'affaires
(+ 210.34% par rapport à 2020 et - 85% par rapport à 2019)



69 participants
sur les 3 dossiers maintenus
(- 66 par rapport à 2020)



6,5 journées
d'affaires sur les 3 dossiers
(+ 4.5 jours par rapport à 2020)



276 nuitées
générées par les par les 3
dossiers maintenus
et commercialisés par le BDC

Sources des chiffres: OTC / Welogin / ORTA

Focus sur... Le plan de prospection



• *Prise de contact et développement de réseau pour inviter les congrès, fédérations et associations à fort potentiel, à venir sur le territoire mulhousien en lien avec les sites touristiques (Musées techniques), les pôles de compétitivité et de compétences (véhicule du futur, Alsace Biovalley, Pôle Fibres-Energivie, Hydréos, Rhénatic, Alsace Terre Textile) de la ville.*

• *Création d'un groupe de travail constitué de 10 membres adhérents au pack Tourisme d'Affaires de l'Office de Tourisme (Le Parc Expo, Le Musée National de l'Automobile, La Cité du Train, La SIM, INNOV'Events, Event Me Up!, MAORN, La Maison Hôtel et Le Domaine du Hirtz). L'objectif de ce groupe est de développer notre présence et nos compétences avec la clientèle d'affaires Bâloise, afin de les inciter à organiser leurs événements d'entreprise sur le territoire. Un stagiaire a notamment été recruté par l'OTC afin d'aider le groupe dans cette démarche pour une durée de 2 mois.*

Perspectives 2022



• *Mise à jour du Guide Tourisme d'Affaires pour les années 2023/2024*

• *Développement du plan de prospection*

• *Développement des offres clés en main*



Service réceptif

En 2021, les perspectives du secteur du tourisme de groupe sont demeurées très incertaines jusqu'à la fin de l'année.

Cependant la réouverture des possibilités de voyage au cours de l'été a suscité un engouement certain de la part des organisateurs de voyage de groupe, notamment ceux qui n'avaient pas pu réaliser leur voyage en 2020. La reprogrammation de voyage initiés en 2019 et 2020 se poursuit d'ailleurs en 2022.

Le Service Réceptif a ainsi pu accueillir des groupes constitués de 8 à 100 personnes pour des séjours d'1 journée à 5 jours au cours du dernier trimestre 2021 de septembre à décembre. Malgré quelques annulations en décembre, dues à la dégradation de la situation sanitaire et aux délais d'organisation très courts, le Service réceptif a pu atteindre un chiffre d'affaires trimestriel équivalent à celui de l'année 2018, qui fût la meilleure année depuis l'ouverture du service.

L'objectif de développement du nombre de visiteurs a donc été atteint dans la période où il a été possible de recevoir des groupes. L'offre adaptée aux groupes restreints existe et plusieurs ont été accueilli, cependant contrairement aux prévisions des observatoires du tourisme, les grands groupes de plus de 20 personnes sont revenus dès la réouverture.

En ce qui concerne la clientèle individuelle, si les ventes restent anecdotiques, l'offre s'étoffe et 10 séjours couple ou famille sont disponible sur la Boutique en ligne de l'OTC, dont deux pour le Landesgartenschau, puisque nous proposons des séjours de 2 à 3 jours pour les événements majeurs de Mulhouse et sa région.

Les visites guidées proposées par l'OTC en 2021 ont intéressé plus de 400 visiteurs touristes et locaux et l'offre se développe en 2022, dans une perspective de rencontre avec les habitants du territoire et de découverte des projets structurants notamment sur la thématique du développement durable.

La Balade Gourmande du Wackes, lancée en juin 2021, et destinée à faire découvrir les adresses gourmandes plébiscitées par les mulhousiens a rencontré un franc succès auprès d'une centaine de gourmets.

réduire le texte pour mettre un visuel ?

Focus sur...

Les nouvelles Visites guidées pour 2022



4 nouvelles visites guidées seront proposées à compter de Mai 2022 :

- « **Graffitopolis** » un site venant compléter « Poésie Urbaine Street Art » (Mulhouse)
- « **La Commanderie de Rixheim** » (Rixheim)

Pour 2 d'entre elles, il s'agira de visites d'entreprise, lesquelles s'inscriront dans la thématique du développement durable :

- « **L'Éco-hameau Champré & le Jardin du Trèfle Rouge** » une ferme maraîchère éducative (Ungersheim)
- « **Eurovia** » un constructeur d'infrastructures engagé sur le plan environnemental (Rixheim)

Les entreprises étant encore fortement impactée par la crise sanitaire, toutes les visites ne pourront pas reprendre en 2022, mais l'OTC espère pouvoir relancer un programme spécifique de visites d'entreprise tel qu'il existait avant.

CHIFFRES CLÉS INDIVIDUELS

4 types de visites guidées proposées soit 41 visites pour 419 visiteurs réparties comme suit :



9 visites « Poésie Urbaine Street Art »
pour 111 visiteurs



0 « Visite gourmande du Marché »
pour 0 visiteurs



12 visites « Jardin Japonais »
pour 87 visiteurs



1 visites « Jardins du temps »
pour 5 visiteurs



2 visites « Île du Rhin »
pour 9 visiteurs



5 visites « Domaine de Maurice »
pour 29 visiteurs



2 visites « Ferme Krust »
pour 15 visiteurs



10 visites « Grand Canon »
pour 163 visiteurs

CHIFFRES CLÉS LES GROUPES



39 demandes entrantes



24 groupes accueillis sur le territoire



74 761 € CA TTC
10 176 € Marge TTC



745 visiteurs



77 142 €*
de consommation territoriale



41 visites guidées



1 Dossier concrétisés hors OTC
14 dossiers annulés



300 demandes d'informations traitées



1 495 jours cumulés de visites

* Source : ORTA



Perspectives 2022



- *Développer l'offre autour des visites guidées et des visites de TDE (Tourisme Découverte Économique) en intégrant des nouveautés*
- *Poursuivre nos objectifs de prospection et de développement du nombre de visiteurs, et valoriser la qualité de nos services en termes d'organisation de séjour groupe et individuel et la qualité de nos prestataires.*
- *Adapter nos offres groupes et individuel à l'évolution des contraintes environnementales en termes de thématique et de choix des prestations.*
- *Continuer à développer les produits à destination des individuels locaux et visiteurs hors alsace*
- *Optimiser nos outils de commercialisation de l'offre notamment en ligne, pour augmenter l'offre et la visibilité.*
- *Régulariser et pérenniser la Newsletter*

COMMUNICATION



Plan de communication

L'année 2021 a été encore une année perturbée par le COVID et la communication de l'OTC a été impactée : nous avons dû à nouveau faire preuve de flexibilité. Malgré tout, pour 2021 le plan de communication avait été établi et anticipé en fonction de ce contexte, comme une année de reconquête.



les relations presse et influenceurs

Nous avons considéré l'année 2021 comme une année de relance, en recentrant notre cible sur la presse et les influenceurs nationaux car il était plus facile de voyager au niveau national. Parmi les actions en ce sens, nous avons ainsi fait appel à l'agence parisienne Sylvie Blin qui a édité deux communiqués en lien avec l'actualité de notre territoire et organisé un accueil de presse national. Nous avons également reconduit notre journée avec les influenceurs locaux.



+/- 500 000 €
de contre-valeur
publicitaire
(notamment grâce à l'émission
culinaire sur RTL en juillet 2021)



**38 journalistes
et influenceurs**
rencontrés de 5 pays
(France, Allemagne, Belgique,
Suisse et Chine)



**???
retombées**

Focus sur...



Relance du tourisme urbain

Pour relancer le tourisme urbain, les OT des 3 grandes agglomérations alsaciennes (Strasbourg, Colmar et Mulhouse) ont collaboré sur diverses opérations. La plus marquante a certainement été l'émission « La Balade au Soleil » de la chaîne belge RTL, présentée par Ludovic, un ancien candidat emblématique de Pékin Express. Tournée en septembre, l'émission sera diffusée plusieurs fois au printemps 2022.

Perspectives 2022



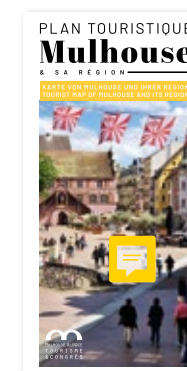
L'OTC va repartir à la conquête de marchés en rencontrant les influenceurs et journalistes à nouveau sur des événements en présentiel (Partir en France à Paris, Mediatour Milan)

Éditions

Les éditions de l'OTC ont repris leur cours presque normal en 2021 même s'ils ont été imprimés dans une quantité moindre, en raison de la baisse anticipée de la fréquentation touristique, suite au confinement du printemps.



GUIDE DE DESTINATION
18 000 exemplaires
FR 16 000 DE 1000 GB 1000



PLAN TOURISTIQUE
xxx exemplaires
FR DE GB

Complété par un feuillet présentant les nouveaux partenaires (restaurants et labellisés Territoire Vélo)

Focus sur...



Le Concentré de Mulhouse

Après une première parution en français, allemand et anglais, ce document, qui reprend les principaux musées et sites d'intérêt, a été imprimé en espagnol et en italien. C'est le 1^{er} document dans ces deux langues.

Perspectives 2022



La collaboration avec les OT de Colmar et Strasbourg se poursuit sur le thématique du tourisme urbain, avec un focus sur la Belgique (en complément de l'émission sur RTL TVI) et l'Allemagne. A noter également une opération de communication d'ampleur en Suisse pour l'OTC, avec Atout France, la SBB et le TGV Lyria.

Insertions

Dans la continuité de 2020, la campagne « des sourires et bien plus » a ciblé la proximité avec des insertions dans le magazine Elle Bourgogne et Lorraine, les Magazines Spectacles Franche-Comté / Bourgogne, Nancy / Vosges, Metz / Luxembourg, complétées par une campagne Display en ligne. A noter en 2021, la participation de l'OTC à l'accueil de Jérôme Zindy avec son aventure à vélo « 100 km autour de ... » qui a permis de mettre à la fois les itinéraires vélo et les producteurs locaux à l'honneur.

A noter également une insertion dans le magazine Escapades de Bus et Car en partenariat avec Club3 senior, sur la cible groupe.

Les marchés européens n'ont pas été en reste avec un focus sur la proximité : Hallo Tourist ! et Badische Zeitung diffusé côté allemand et suisse, les magazines Francia en Italie et en Espagne. A noter le beau succès d'une communication sur les réseaux sociaux avec Atout France en Espagne, où l'angle d'approche sur le marché de Noël, assorti d'un jeu concours a rencontré un bel écho !



Focus sur...



Un accueil de presse nationale

Missionné par nos soins, l'agence Sylvie Blin a organisé un accueil presse nationale début juillet, qui a regroupé 4 journalistes (Le Quotidien du Médecin, Routard Magazine, Art & Décoration, Esprit d'Ici).

Les sites Internet



La fréquentation du site internet est restée sensiblement la même par rapport à 2020. Mais il faut savoir qu'avec la RGPD et la mise en place d'une validation des cookies pour naviguer sur le site peut faire perdre des statistiques.

- 5,22 % du nombre de visites en 2021



142 242
visites
(+ 0,63 % / 2020)



309 463
pages vues
(- 4,54 % / 2020)



1 min 39 s
durée moyenne
de visite (-5 % / 2020)

Perspectives 2022



Une refonte du site internet a été enclenchée cette année, pour une mise en ligne fin 2022 voire début 2023. Ce nouveau site englobera également la partie pro (congrès, groupes, presse et adhérents).

Top 3 des origines géographiques

France 56 %



Grand Est
47 %



Île-de-France
27 %



Auvergne-Rhône-Alpes
6 %

Etranger 44 %



Allemagne
42 %



Suisse
27 %



Belgique
5 %



Ce site regroupe les informations destinées aux professionnels du tourisme (entreprises, autocaristes, associations, presse, agences événementielles, adhérents de l'OTC...). Sa fréquentation a un peu augmenté par rapport à 2020 dû à un redémarrage prudent des voyages d'affaires et de groupes suite à la pandémie.

+ 6 %
du nombre de visites
en 2021



12 345
visites
(+6 % / 2020)



20 434
pages vues
(+6,30 % / 2020)



52 s
durée moyenne
de visite (-5 % / 2020)

Top 3 des origines géographiques

France 28 %



Grand Est
50 %



Île-de-France
23 %



Auvergne-Rhône-Alpes
6 %

Etranger 72 %



Etats-Unis
28 %



Allemagne
23 %



Suisse
21 %

Source des chiffres : Google Analytics

Des réseaux de plus en plus suivis

Malgré un contexte très particulier, la page facebook et le compte instagram ont permis de véhiculer de nombreuses informations sur le territoire, notamment des pensées positives et des visuels de qualité mettant la destination en avant.



16 296 fans
(+ 1 %)

666 597

impressions des publications pour 516 447
personnes touchées



3585 abonnés
(+ 20 %)

Sources des chiffres : Facebook / Instagram



La Gestion de la Relation Client

La Gestion de la Relation Client se poursuit aux côtés de l'ADT et des Offices de Tourisme alsaciens. Malgré le confinement de début d'année, l'envoi de mails n'a pas été arrêté en 2021.



11 360 clients
accompagnés par Liesel
sur toute l'Alsace
dont 446 sur Mulhouse



3 729 messages
quotidiens envoyés pour
Mulhouse et sa région



84
sur une échelle
de -100 à +100
NET Promoter Score (NPS)

Perspectives 2022



Il faut maintenant arriver à développer la GRC auprès des prestataires touristiques, et notamment les hébergeurs.



LIESEL. ALSACE
ET HOP, MES COUPS DE CŒUR JUSTE POUR VOUS

fournir en HD

ANIMATION DU RÉSEAU DES SOCIOPROFESSIONNELS



Les adhérents de l'OTC, un réseau de partenaires renforcé

Conscients du concentré de défis tout comme d'opportunités portés par 2021, c'est dans une démarche plus que jamais engagée et collaborative que l'OTC et son solide réseau de socio-professionnels ont accompagné la dynamique de relance du territoire.

 168 adhérents (-7%)  8 nouveaux adhérents

TYPE D'ADHÉRENTS

Source des chiffres : OTC



28 hôtels
et résidences hôtelières



9 chambres d'hôtes
gîtes et meublés



3 autres
hébergements



18 Greeters



21 associations
organisateurs d'événements,
prestataires congrès



3 groupements



20 commerces



23 restaurants



30 musées
sites touristiques,
culturels et loisirs



Perspectives 2022

Si la programmation de 2021 s'est principalement tenue au format digital, la volonté repose désormais sur une véritable reprise des rendez-vous destinés aux adhérents en présentiel.



5 rencontres
(9 en 2020)
74 participants

- Assemblée Générale
(en présentiel)
- 1 Business & Tourism Lab
(en présentiel)
- 2 Clubs Hôteliers
(en visio-conférence)
- 1 Cafés du Tourisme
(en présentiel)

Sources des chiffres : OTC / Evaluametriz



Club des partenaires et partenaires institutionnels

Merci aux collectivités pour leur soutien



et aux entreprises du Club des Partenaires pour leur engagement à nos côtés !



ACCUEIL ET BOUTIQUES



L'accueil et l'information du public



42 459
visiteurs

39 416 personnes accueillies

1189 courriels

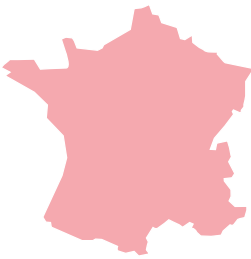
1854 appels téléphoniques

????? jours d'ouverture

Top 5 de l'origine des clients renseignés

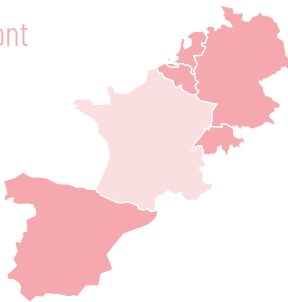
France 75% (79% 2020, 61% 2019) dont

- 40% Alsace
- 10% Île-de-France
- 7% Auvergne-Rhône-Alpes
- 6.5% Occitanie
- 5% Bourgogne-Franche-Comté



Étranger 25% (21% 2020, 39% 2019) dont

- 28.5% Allemagne
- 17% Belgique
- 14% Pays-Bas
- 11.5% Espagne
- 11% Suisse





Google My Business
4,5 / 5



TripAdvisor
4,5 / 5



Facebook
3,9 / 5

Sources des chiffres : Avizi/Google My Business/
TripAdvisor/Facebook



Vers une reprise de programmation en boutique

Fernand Kayser, streetartiste mulhousien, a créé une toile tout spécialement pour l'OTC, laquelle fut dévoilée à l'occasion d'un vernissage. Comme une étape symbolique, ce 1er événement est venu marquer un retour progressif de la programmation en boutique.



La boutique aux étoffes 2021

La Boutique aux Étoffes a retrouvé une fréquentation importante, une amplitude horaire calquée sur celle du marché de Noël, des articles en nombre réalisés à partir du tissu de l'année, ce qui a ravi la clientèle tant locale que de passage. La décoration a été confiée pour la 2^e année consécutive à Camille Stoos et Mylène Leininger qui ont une nouvelle fois su mettre en scène et en valeur l'étoffe de cette année 2021 « Haiku , poésie d'hiver ».

Top 5 des articles vendus en 2021 toutes boutiques confondues et hors billetterie

- 5 890 mètres de tissu Haiku
- 984 pots de confiture Beyer
- 588 lots de serviettes Haiku
- 502 cartes postales
- 378 emportes pièces
- 373 tête-à-tête Haiku

236 325 € HT chiffre d'affaires réalisé en boutique (hors billetterie)

Sources des chiffres : OTC / Welogin

-  12 créatrices alsaciennes ont travaillé l'étoffe en exclusivité pour la boutique
-  306 références dont 34 nouvelles
-  +67% de chiffre d'affaires 2021 par rapport à 2020



Perspectives 2022

Rester sur la dynamique du « made in Alsace » tout en capitalisant sur le produit phare qu'est l'étoffe. Ainsi, les créatrices travaillent-elles à sa mise en valeur, en le déclinant sous forme d'un large panel d'objets.

Mulhouse Greeters : Vivre un instant hors du temps avec un habitant !

Les Greeters de Mulhouse et sa région sont des habitants bénévoles, prenant de leur temps pour échanger et rencontrer des visiteurs de tous horizons. Il s'agit d'une expérience unique et authentique permettant d'appréhender autrement la découverte du territoire. Il est donc possible de réserver une rencontre avec un Greeter en se rendant sur le site : www.greeters-mulhouse.com. A noter que la rencontre est gratuite, sur réservation au minimum 48h et limitée à 6 personnes.

-  18 Greeters
-  62 balades (+77% 2020, -36% 2019)
-  150 visiteurs (dont 70% France, 30% Etranger)



Focus sur... Le Concentré de Mulhouse

2021 a été l'année de célébration des 10 ans du réseau des Greeters de Mulhouse Alsace ! Pour l'occasion, des balades à pied et à vélo ont été organisées sur le mois de septembre, ainsi qu'une soirée festive entre Greeters en novembre.

STRUCTURATION DE L'OFFRE



trop de texte sur cette page

City Pass

Le City Pass se présente sous forme de carte avec un QR-code. Il est accompagné d'un livret reprenant l'ensemble des avantages dont il est possible de bénéficier auprès d'un réseau de partenaires. Ce dernier donne droit à une entrée gratuite dans un musée ou site au choix, un tarif réduit au sein d'un panel de musées/sites, la gratuité des transports en commun sur 3 jours et bien d'autres réductions afin de pleinement se régaler, se cultiver ou s'amuser !



**522 pass
vendus dont
48 Pass Junior**



**1030 entrées
générées**

Nouveauté 2022

**Création du City Pass
sera dématérialisé**

Sources des chiffres : OTC / Otypass

Qualité & labels

2021 a été une année particulière où l'ensemble des services de l'OTC s'est mobilisée autour de la qualité et plus précisément la Marque Qualité Tourisme. Un travail de fond important nous a mené au passage de la visite mystère (avec tests à distance et sur place) fin juillet 2021. Ceci est la porte d'entrée obligatoire à l'adhésion à la Marque nationale Qualité Tourisme. Le résultat a été très encourageant et a permis d'obtenir début novembre la Marque Qualité Tourisme ! Un audit complet est prévu en 2022 pour valider cette belle démarche



2021 avec une nouveauté : une balade à vélo de Mulhouse aux portes du Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges coorganisée avec m2A, le PNR des Ballons des Vosges, l'OT de Thann-Cernay et le Club Cyclo de Kingersheim. Malgré le contexte sanitaire, elle a été maintenue et s'est tenue le 19

septembre 2021. 2021 fut également l'année du renouvellement pour le label Territoire Vélo, et ce pour l'ensemble du territoire, de même que les partenaires labellisés. Le vélo étant un réel vecteur touristique au niveau local, de nombreux projets ont été soutenus par l'OTC dont celui de l'itinéraire des 3 pays.



À défaut d'avoir pu prévoir une journée d'animations lors du week-end de Pâques en 2021, une collaboration s'est mise en place avec le service de la carte famille de Mulhouse. A l'occasion des vacances de la Toussaint, un beau programme d'animations a été créée puis diffusé, et un rallye s'est tenu, menant les familles inscrites à l'OTC pour prendre part à un atelier textile en compagnie de Mme Sevin. Ce fut un réel plaisir de vivre ces moments d'échanges avec les enfants !

Pays des Chants et des Étoffes

Le Pays des Etoffes fédère 7 Offices de Tourisme et l'Ecomusée d'Alsace. Un plan de communication et une animation itinérante ont été mis en œuvre pour créer un fil rouge dans le sud de l'Alsace. En 2021, la cible était la clientèle française - avec notamment un accueil de blogueur, et la clientèle de proximité - avec une participation commune au Salon International du Tourisme et des Voyages de Colmar. Pour l'occasion, nombreux étaient les visiteurs sur le stand Pays, attirés par la décoration réalisée la scénographe Camille Stoos et la présence d'Alsaciennes en costume de l'Ecomusée !



**28
rendez-vous
avec
la Minute Textile**



**7 000 brochures
diffusées**



**13 000 visites
sur le site
www.noel-sud-alsace.com**



**7 Ateliers
des Étoffes**



**8 greets
de Noël**



**59 %
taux d'occupation des hôtels à Mulhouse
en décembre 2021**

Sources des chiffres : OTC/CCI Alsace Eurométropole

Nos partenaires

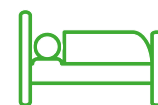


GESTION DES HÉBERGEMENTS



L'Auberge de Jeunesse

Malgré une nouvelle année sous le signe de la COVID, l'Auberge de Jeunesse a ouvert ses portes du 1er juillet au 24 décembre afin d'accueillir à nouveau des groupes de clients. Durant le premier semestre, l'AJ n'a pas enregistré de demandes de groupes. Si l'établissement restait fermé, il a tout de même accueilli quelques clients individuels habitués.



4 302 nuitées



119 500 € HT
de chiffre d'affaires



3 labels
Marque Tourisme & Handicap
(4 déficiences),
Labels Territoire Vélo et Famille Plus

CLIENTÈLE



90 %
français



10 %
étrangers



35 %
sportifs



25 %
loisirs



15 %
scolaires



25 %
affaires

AVIS CLIENTS



TRIPADVISOR
??? / 5

Les clients apprécient
plus particulièrement
la situation
géographique
et le prix



BOOKING.COM
7,1 / 10

Les clients apprécient
plus particulièrement
la situation
géographique, le
calme, et le personnel



GOOGLE
MY BUSINESS
3,8 / 5

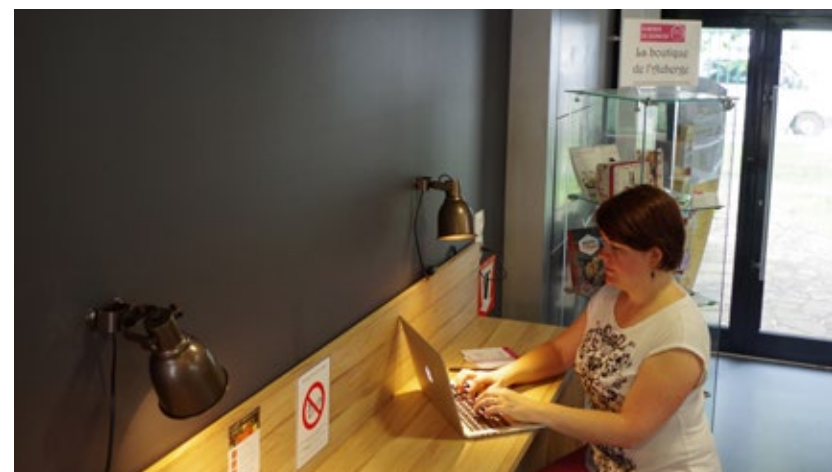
Les clients apprécient
plus particulièrement
la situation
géographique,
et la propreté

Sources des chiffres : Auberge de Jeunesse/TripAdvisor/Booking.com/Google My Business

Perspectives 2022

Intervenir sur les axes d'amélioration suivants :

- Équiper le garage à vélos de matériel pour le nettoyage, la réparation ou la recharge,
- Installer des douches supplémentaires dans les chambres,
- Rénover les sanitaires communs,
- Ajouter une 2^e salle de réunion dans le jardin de l'Auberge.



Le Camping de l'III ***

Le Camping de l'III a quant à lui ouvert du 25 juin au 31 octobre, puis du 22 novembre au 23 décembre afin d'accueillir les visiteurs du Marché de Noël.

Perspectives 2022

Dans la continuité des importants travaux menés, les prochains axes d'interventions sont les suivants : changer la pompe à chaleur de la piscine, créer un parking destiné au personnel et aux clients arrivant après 22h, afin que ces derniers puissent stationner leur véhicule dans l'enceinte du Camping sans pour autant compromettre la tranquillité du site, changement du système de contrôle et d'ouverture de la barrière par un système de détection des plaques par caméra, changement de la chaudière du bloc sanitaire du fond du Camping, ajout d'emplacements stabilisés en plus des 12 déjà faits en 2019.



13 042 nuitées



186 700 € HT
de chiffre d'affaires



3 labels conservés
Marque Qualité Tourisme,
Labels Territoire Vélo
et Famille Plus

Focus sur... les nouveautés 2021



- Réhabilitation des ¾ de la voirie ainsi que de l'entrée,
- Changement du tableau électrique principal alimentant l'ensemble du Camping,
- Remise aux normes de système d'éclairage extérieur pour l'ensemble du Camping,
- Rénovation de la terrasse ainsi que de l'espace de convivialité intérieur,
- Rénovation de l'atelier ainsi que de la lingerie,
- Installation de panneaux solaires à l'accueil en vue d'alimenter une consommation propre,
- Production d'électricité dans le but d'une utilisation propre sur l'ensemble du Camping.

CLIENTÈLE & SÉJOUR



50 %
Français



50 % étrangers
(27 nationalités)



80 % des séjours
en emplacements nus



20 % des séjours
en hébergements

EMPLACEMENTS NUS

55 % viennent en camping-car
9 % viennent en caravane

25 % viennent en vélo
11 % viennent en voiture, moto,
fourgon aménagé...

RETOURS CLIENTS



TRIPADVISOR : 3 / 5

Les clients apprécient plus particulièrement la tranquillité des lieux et l'accueil du personnel



BOOKING.COM : 7,3 / 10

Les clients apprécient plus particulièrement la situation géographique, l'accueil du personnel et le rapport qualité/prix



GOOGLE MY BUSINESS : 3,7 / 5

Les clients apprécient plus particulièrement la situation géographique, l'accueil du personnel et le rapport qualité/prix

Synthèse financière

Comptabiliser les comptes de résultat 2019 / 2020 / 2021

à fournir

Plan d’actions opérationnel 2022 selon 6 axes

1 Assurer la promotion de Mulhouse et sa région auprès des professionnels centrée sur les marchés de proximité et tout particulièrement la France

2 Communiquer pour développer l’image et la notoriété de la destination

3 Relancer le tourisme d’affaires et la commercialisation

- Programme d’actions de promotion réalisées avec Meet in Alsace, Explore Grand Est Meet & Connect, en partenariat avec Congrès Cités ou spécifiques au Bureau des Congrès.
- Développement de la commercialisation groupes et congrès,
- Développement de la commercialisation pour individuels : offres de séjour et activités
- Commercialisation des visites guidées et des visites de Tourisme de Découverte Economique (TDE) produites par l’OTC
- Partenariat avec les structures sportives : collaboration étroite avec le service des sports et le CSRA dans le cadre de « Mulhouse Terre de Jeux » pour la commercialisation d’offres packagées spécialement pour les équipes sportives

4 Fédérer les professionnels du territoire

- Clubs hôteliers et Business & Tourism Lab : réunions thématiques avec les prestataires
- Cafés du Tourisme : temps d’échange rassemblant tous les socio-professionnels du territoire
- Eductours proposés sur la destination pour faire découvrir aux hébergeurs notre offre culturelle et de loisirs.
- Animation d’une page Facebook réservée aux adhérents et l’OTC
- Formation du personnel des hôtels et résidences hôtelières sur les atouts touristiques de notre territoire à l’OTC ou in situ.

5 Structurer l’offre touristique du territoire de m2A

- Soutien et accompagnement aux projets des socioprofessionnels.
- Reconstitution du City Pass – version adulte et junior, lancement du pass dématérialisé
- Reconstitution de la Balade Gourmande (le foodtour lancé en 2021)
- Recrutement de nouveaux greeters
- Mise en tourisme de l’offre du Tourisme de Découverte Économique.
- Identification et valorisation de l’offre « durable » et « circuits courts » du territoire
- Création et commercialisation de nouveaux produits (visites insolites...)
- Valorisation de la Route de la Potasse
- Finalisation de l’obtention de la marque Qualité Tourisme pour l’OTC et classement en catégorie I

6 Optimiser la gestion des hébergements de m2A : Auberge de Jeunesse et Camping de l’Ill***

- Garantie qualité avec une équipe de professionnels
- Maîtrise et optimisation des coûts de la masse salariale
- Renforcement des outils de communication : intégration au portail C Tout Vert pour toucher une clientèle internationale plus importante au Camping, présence renforcée sur les réseaux sociaux.
- Mise en place de plus d’animations, surtout en période estivale au Camping
- Objectif de labellisation « Accueil vélo » pour le Camping
- Optimisation des nouveaux services proposés au camping suite aux travaux effectués en 2021 (privatisation de l’espace de convivialité pour des séminaires d’entreprise ou réunions, location sèche ou séjours complets avec le service réceptif de l’OTC)
- Développer la communication de l’Auberge de Jeunesse pour relancer la clientèle

L'équipe en 2020

PRÉSIDENCE



Jean-Pierre WALTER
Président
jean-pierre.walter@mulhouse-alsace.fr

DIRECTION ET ADMINISTRATION



Nathalie BIRLING
Directrice
+ 33 (0) 389 35 47 48
nbirling@tourisme-mulhouse.com



Adeline SUNDER
Assistante de Direction
Chargée de la gestion des adhérents
+33 (0) 389 35 47 47
asunder@tourisme-mulhouse.com



Emmanuelle VAN DINH
Responsable administrative et financière
+33 (0) 389 35 48 41
evandinh@tourisme-mulhouse.com

CONSEIL ET INFORMATION



Geneviève MAURER
Adjointe de Direction
Responsable accueil et qualité
+33 (0) 389 35 48 45
gmaurer@tourisme-mulhouse.com



Ondine DANTUNG
Chargée de l'amélioration de l'accueil et du réseau des Greeters
+33 (0) 389 35 48 48
odantung@tourisme-mulhouse.com



Patricia BURGET
Chargée du développement de la boutique
+33 (0) 389 35 48 48
pburget@tourisme-mulhouse.com



Nathalie POUILLAIN
Chargée de la relation avec les adhérents
+33 (0) 389 35 48 48
npoullain@tourisme-mulhouse.com

COMMUNICATION



Clémence SAYCOCIE
Chargée de communication
et de relations presse
+33 (0) 389 35 47 43
csaycocie@tourisme-mulhouse.com



Bénédicte WIRTH
Chargée d'animation numérique
+33 (0) 389 35 48 44
bwirth@tourisme-mulhouse.com

PROMOTION



Elise BERGERARD
Chargée de promotion
+33 (0) 389 35 48 43
ebergerard@tourisme-mulhouse.com
Anglais allemand italien

BUREAU DES CONGRÈS



Mégane SILBERHORN
Chargée d'affaires
+33 (0) 389 35 47 49
msilberhorn@tourisme-mulhouse.com

SERVICE RÉCEPTIF



Aurélie OUDIETTE
Responsable du service
+33 (0) 389 35 47 42
aoudiette@tourisme-mulhouse.com



Mathilde ROHMER
Assistante commerciale
+33 (0) 389 35 47 42
mrohmer@tourisme-mulhouse.com

AUBERGE DE JEUNESSE ET CAMPING DE L'ILL***



Lysiane SCHLEGEL
Responsable
+ 33 (0) 389 56 23 62
responsable@aubergejeunesse-mulhouse.com



Nathalie DJIA DJOM
Réceptionniste



Julien LAMBINET
Réceptionniste



Jonathan BORNEO
Veilleur de nuit



Olympia NOAH
Réceptionniste



Farid SELLEMET
Réceptionniste



Mehdi LEKADIR
Veilleur de nuit



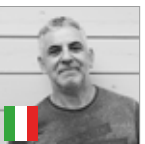
Arjeta GUTAJ
Agent d'entretien



Rajaa DAIHI
Agent d'entretien



Aurore ANDRIOLLO
Réceptionniste



Pietro FERRUGGIA
Agent technique



Office de Tourisme et des Congrès
de Mulhouse et sa région
1 avenue Robert Schuman
68100 MULHOUSE
Tél. +33 (0)3 89 35 48 48
info@tourisme-mulhouse.com



PLUS D'INFOS SUR...
www.tourisme-mulhouse.com

NOTRE SITE DÉDIÉ AUX PROFESSIONNELS
www.pros-mulhouse.com

RETROUVEZ-NOUS AUSSI SUR...
 [facebook.com / visitmulhouse](https://facebook.com/visitmulhouse)
 [twitter.com / visitmulhouse](https://twitter.com/visitmulhouse)
 [youtube.com / tourismemulhouse](https://youtube.com/tourismemulhouse)
 [instagram.com / visitmulhouse](https://instagram.com/visitmulhouse)
 [flickr.com / tourismemulhouse](https://flickr.com/tourismemulhouse)

