

Rapport d'activité



AGENCE D'ATTRACTIVITÉ MULHOUSE SUD ALSACE

Agence d'Attractivité
Mulhouse Sud Alsace
Maison du Territoire
9 avenue Konrad Adenauer
68390 Sausheim
Tél. +33 (0)3 89 35 47 47

Office de Tourisme
1 avenue Robert Schuman
68100 Mulhouse
Tél. +33 (0)3 89 35 48 48



info@attractive-mulhouse.com

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

RETROUVEZ-NOUS AUSSI SUR...

 [facebook.com / visitmulhouse](https://facebook.com/visitmulhouse)
[facebook.com / agence.attractivite.mulhouse.sudalsace](https://facebook.com/agence.attractivite.mulhouse.sudalsace)
[facebook.com / mission.cinema.mulhouse](https://facebook.com/mission.cinema.mulhouse)

 [instagram.com / visitmulhouse](https://instagram.com/visitmulhouse)
[instagram.com / ambassadeurs_mulhouse](https://instagram.com/ambassadeurs_mulhouse)

 [youtube.com / tourismemulhouse](https://youtube.com/tourismemulhouse)



AGENCE D'ATTRACTIVITÉ
MULHOUSE SUD ALSACE

sommaire

ÉDITO	3	1 FÉDÉRER	7	SYNTHÈSE FINANCIÈRE ..	37
GOVERNANCE	4	2 ACCUEILLIR	15	L'ÉQUIPE EN 2023	38
LES MISSIONS DE L'AGENCE .	5	3 PROMOUVOIR	25		



édito

Madame, Monsieur,

Pour la nouvelle agence d'attractivité, 2023 est la véritable année du lancement, année complète, année complexe, année constitutive de projets nouveaux à écrire et à mettre en route.

Portée sur les fonds baptismaux à l'automne 2022, à partir d'une modification statutaire de l'Office de Tourisme, la nouvelle organisation a mis à profit le premier semestre 2023 pour restructurer les équipes et esquisser un premier plan d'action.

L'ensemble de l'année a permis à de nombreux cercles et groupes thématiques de se réunir pour expertiser la situation de façon pluridisciplinaire et décloisonnée et imaginer des pistes à explorer très vite au profit du territoire tout entier.

En effet, c'est dans l'unification de la voix des partenaires que réside l'originalité du dispositif, en accord avec ce qui avait été planifié et annoncé (toute démarche destinée à accroître l'attractivité court à l'échec si les acteurs institutionnels, professionnels, économiques ne sont pas en phase d'entrée de jeu).

Ainsi, à plusieurs reprises dans l'année, le comité des experts a rassemblé 60 à 70 acteurs-clé de l'attractivité de l'agglomération. De ses travaux, ont émergé les premiers projets, mis en œuvre par l'agence, réflexions sur le récit et les valeurs communs, création d'un club d'ambassadeurs du territoire, guichet centralisé d'accueil de projets, déploiement original d'un message d'attractivité sur le marché de Noël ou bien encore lutte contre la pénurie de personnel de santé.

Bien entendu, l'agence d'attractivité, avatar de l'office de tourisme, a poursuivi et amplifié les actions pour valoriser les hauts-lieux du Sud Alsace et attirer des touristes en nombre. Sur le plan quantitatif, 2023 présente des chiffres très favorables sur lesquels l'agence capitalisera tout au long des mois qui suivront.

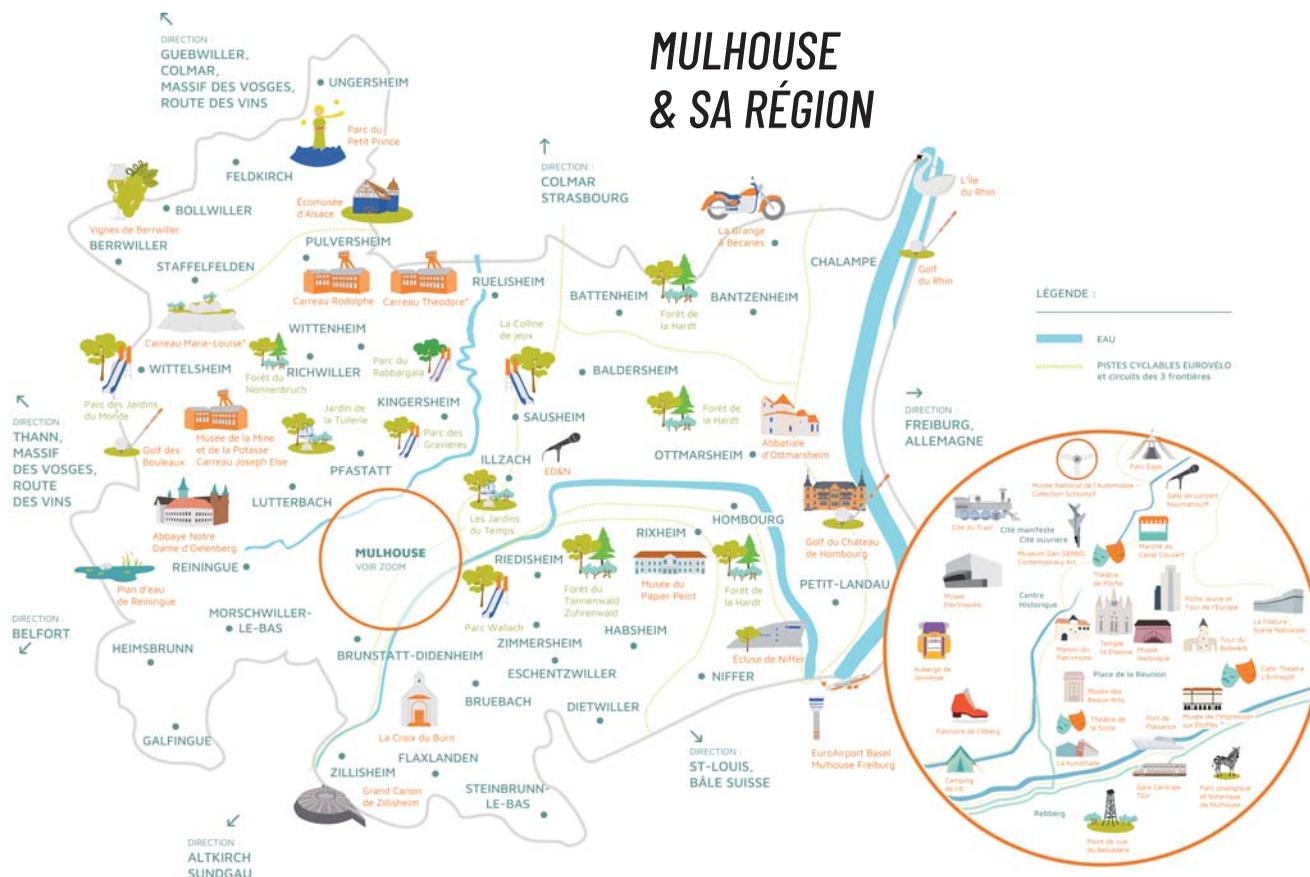
Elle devra pour cela augmenter et diversifier ses ressources au travers d'une démarche de partenariat dans laquelle se retrouveront les collectivités locales désireuses de participer à l'effort, et des acteurs privés, quels que soient leur taille et leur domaine d'activité.

Tellement riche de ses fleurons touristiques, de ses pépites industrielles et artisanales, de son inventivité sur les marches du progrès scientifique et humain, tellement jolie sous les parterres de fleurs qui viennent avec le printemps, comme sous les neiges de l'Est qui recouvrent (de moins en moins souvent toutefois) l'emblématique marché de Noël de Mulhouse, tellement puissante de ses valeurs d'ouverture à l'autre, de rigueur, de solidarité, tellement créative, notre agglomération a plus que jamais besoin des facilités que procure l'agence d'attractivité et des ferments d'unité qui fait déplacer des montagnes...

Laurent Riche

Président de l'Agence d'Attractivité Mulhouse Sud Alsace

MULHOUSE & SA RÉGION



Gouvernance

Bureau

Le Conseil d'administration du 13 octobre 2022 a élu le Bureau qui se compose ainsi :

Président : Laurent RICHE, m2A (Mulhouse Alsace Agglomération)
Vice-Président : Luc GAILLET, CCI Alsace Eurométropole
Trésorier : Gilbert FUCHS, m2A
Trésorier-adjoint : Gilles GEUDIN, Mercure Mulhouse Centre
Secrétaire : Roland ONIMUS, m2A
Secrétaire-adjoint : Anne-Catherine GOETZ, m2A

Asseseurs :
Antoine EHRET, m2A
Nathalie MOTTE, m2A
Corinne POMMIER, CCI Alsace Eurométropole
Antoine VIOLA, m2A
Anne-Catherine WAGNER, CCI Alsace Eurométropole
Sylvain VERNEREY, Cité du Train - Patrimoine SNCF

Personnalité qualifiée :
Jean-Pierre WALTER

Conseil d'administration

L'Assemblée Générale du 30 septembre 2022 a élu le Conseil d'administration qui se compose ainsi :

Membres de droit

Laurent RICHE, m2A, Président
Rachel BAECHTEL, m2A
Jean-Marie BEHE, m2A
Daniel BUX, m2A
Christine DHALLENNE, m2A
Antoine EHRET, m2A, Asseseur
Gilbert FUCHS, m2A, Trésorier
Luc GAILLET, CCI Alsace Eurométropole, Vice-président
Anne-Catherine GOETZ, m2A, Secrétaire-adjoint
Hugues HARTMANN, m2A
Fabian JORDAN, m2A
Michel LAUGEL, m2A
Monique LIERMANN, m2A
Nathalie MOTTE, m2A
Roland ONIMUS, m2A, Secrétaire
Corinne POMMIER, CCI Alsace Eurométropole, Asseseur
Gilbert STIMPFLIN, CCI Alsace Eurométropole
Emmanuelle SUAREZ, m2A
Antoine VIOLA, m2A, Asseseur
Anne-Catherine WAGNER, CCI Alsace Eurométropole

Membres actifs

Jennifer BILLIG, UMIH
Mildred FREY, Lagrange Apart'Hôtel Mulhouse Saint Sauveur
Joseph GOESTER, Association du Grand Canon de Zillisheim
Gaëtan LOEB, Best Western Plus - Au Cheval Blanc
Guillaume GASSER, Musée National de l'Automobile Collection Schlumpf
Gilles GEUDIN, Mercure Mulhouse Centre, Trésorier-adjoint
Sophie JULIEN, Les Vitrines de Mulhouse
Brice LEFAUX, Parc zoologique et botanique
Denis LEROY, Ecomusée d'Alsace
Lucia NICOLAI, Soléa
Nicolas RIEHL, Parc du Petit Prince
Sylvain VERNEREY, Cité du Train - Patrimoine SNCF, Asseseur

Personnalité qualifiée

Jean-Pierre WALTER

Comité de Direction

Le Président, le Vice-président et le Comité de Direction se rencontrent une fois par mois.

Les missions de l'Agence

Les leviers de l'attractivité

Faire rayonner, simplifier, impulser, tels sont les maîtres-mots d'une stratégie à bâtir pour se donner une chance de séduire.

360 degrés

Considérer que les secteurs d'activité ont tous un lien les uns avec les autres.

Fédérer

Organiser la mise en réseau et la coopération de tous les acteurs, de toutes les structures engagées sur des thématiques de l'attractivité sur un territoire.

Cibler

Identifier les publics qu'on veut capter, élaborer une stratégie adaptée pour les toucher, calibrer le discours, organiser la communication.



UNITÉ

Cercles collaboratifs, campagnes coordonnées...
= **Jouer à l'unisson**



PROMOTION

Campagnes de marketing territorial, club d'ambassadeurs, presse
= **Faire connaître nos atouts hors du territoire**



CIBLAGE

Gestion de la data, documents de communication adaptés
= **Identifier nos publics, leur parler de façon adaptée**



AMPLIFICATION

Travail autour d'une identité commune, marque ombrelle
= **Augmenter notre notoriété, améliorer notre image**



HOSPITALITÉ

Packs accueil, numéro de téléphone de centralisation des demandes
= **Bien accueillir et avoir à cœur de le faire toujours**



ASSISTANCE

Accompagnement d'acteurs locaux dans leur recherche de perspectives extérieures
= **Accompagner les acteurs dans leur développement à l'extérieur**



Se déployer sur deux sites

Pleinement partie prenante du défi que constitue la collaboration des structures et agences du territoire, l'agence d'attractivité a répondu à la demande forte de l'Agglomération d'implanter son siège et ses bureaux administratifs et d'ingénierie à la nouvelle maison du territoire localisée à Sausheim.

Les locaux livrés nus, et pensés avec l'aide d'une décoratrice spécialisée dans l'économie sobre des aménagements de bureaux et locaux, sont joyeux et accueillants et font la part belle à l'esprit d'équipe, au travers d'un open space sur lequel se déclinent en photo les fleurons touristiques du territoire.

L'agence d'attractivité se déploiera donc à l'avenir sur deux sites :

1. Le siège et site Administration et Ingénierie de projet à la Maison du territoire de Sausheim - 11 personnes
2. Site Hospitalité, site historique de l'Office de tourisme et boutique à Mulhouse - 11 personnes



Installation à la maison du Territoire dans un coût contenu de 150 euros au m²

en comparaison au coût de revient moyen d'un aménagement de bureaux

- 300 euros s'il est important
- 550 euros s'il est complet



FÉDÉRER



Fédérer ...Pour agir plus vite

Élaborer une vision, un récit et une stratégie commune

Aucune démarche d'attractivité ne fonctionne si elle n'agrège pas l'ensemble des acteurs concernés autour d'un projet partagé, grâce auquel on économisera du temps, de l'énergie et de l'argent, mais surtout grâce auquel on gagnera en efficacité.

C'est le choix d'un fonctionnement concentrique qui a été fait avec 3 niveaux de coopération :

Le conseil stratégique : la réunion des grands comptes publics et institutionnels économiques du territoire. Il s'est réuni à deux reprises en 2023, en mars et en octobre.

Le comité de territoire : il réunit, autour du président de l'agence et du président de Mulhouse Alsace Agglomération, les 39 communes de l'agglomération mulhousienne ainsi que les territoires voisins en tant que de besoin (y compris des deux pays limitrophes). Il s'est réuni une fois en mars.

Le comité des experts (cf. page 9 et 10)



Focus sur...

Le conseil stratégique

Autour du Président de l'agence, sont réunis :
les présidents de la Région Grand Est, de la Collectivité européenne d'Alsace, de Mulhouse Alsace Agglomération, le maire de Mulhouse, les présidents de la délégation de Mulhouse de la Chambre de Commerce et d'industrie Alsace Eurométropole, de la section de Mulhouse de la Chambre des métiers, de la Chambre d'agriculture, le président de l'Université de Haute-Alsace, le président de la Société industrielle de Mulhouse.

Fédérer ...Pour connecter

Comité des experts, le cœur de la coproduction

Le comité des experts rassemble tous les responsables de services des institutions et les directeurs de structures et d'agences impliqués dans l'attractivité. Il constitue un espace ouvert, transparent, avec des fenêtres opérationnelles, où circule une information de confiance, où se partagent les objectifs, où se bâtit une action conjointe, où s'instaure une convivialité pour apprendre à se connaître. Au fond, il s'agit de faire ensemble, pour gagner. Et tous gagner du temps.

A six reprises en 2023, le Comité des experts a réuni entre 50 et 70 personnes, sur un ordre du jour pérenne d'échanges d'information, d'agenda et d'indicateurs, mais également pour écouter des présentations d'experts dans leur domaine.

- **Julien Bettan**, ingénieur chez Sixfoissept, pour présenter l'outil de pilotage *le Cadran*
- Rencontre avec **Antoine Angeard**, délégué général du CNER
- Échange avec **Laurent Riche**, le Président de l'agence d'attractivité
- Visite du chantier du futur quartier « *Horizon Afrique* » au **parc zoologique et botanique**
- Échange avec les auteurs de l'ouvrage **Nouvelle histoire de Mulhouse**

Focus sur...

Comité des experts

Le comité des experts a donné lieu à la création de 3 ateliers opérationnels par semestre :

1^{er} semestre

- *Accueil coordonné* (lire ci-après)
- *Ambassadeurs* (lire p.11)
- *Élaboration d'une bannière commune* au 1^{er} semestre

2^e semestre

- *Talents de santé* (lire p.13)
- *Calendrier de « l'Après »* (lire p.27)
- *Apporteurs de congrès* (lire p.14)



Fédérer ...Pour connecter

Comité des experts, élaborer des outils de coordination et d'efficacité

L'agence d'attractivité s'était donné comme objectif de décloisonner la relation entre les acteurs nombreux de l'attractivité du territoire (collectivités locales, acteurs du tourisme, de la culture, du sport, de la communication, agence de développement thématique sur l'emploi, l'accueil d'entreprise...).

Plusieurs outils ont été réalisés et sont désormais en accès libre à la disposition de chacun pour fluidifier les contacts et accélérer la résolution des problèmes et l'avancement des projets communs.

 Un groupe fermé LinkedIn pour diffuser ses informations respectives

 Un annuaire interne pour assurer la communication immédiate

 Un calendrier collaboratif pour assurer l'exhaustivité de l'information sur les manifestations

 Un accueil centralisé, coordonné, grâce à un numéro et une adresse mail uniques

Objectif :

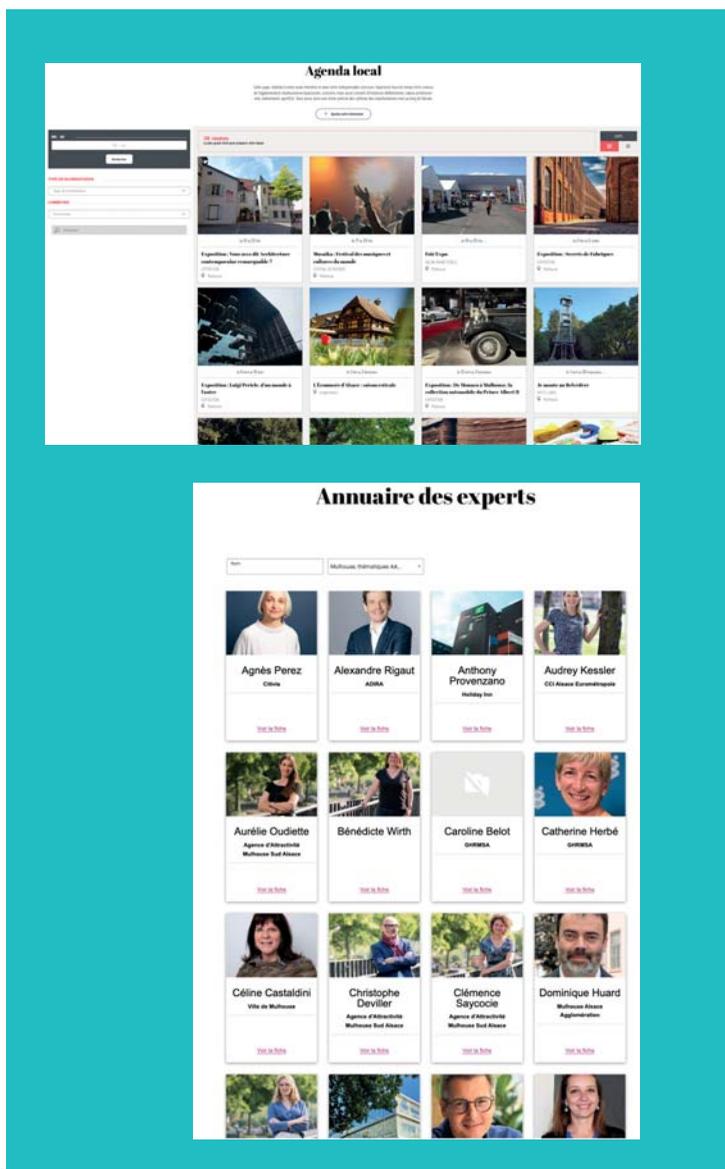
(Bien) accueillir des nouveaux talents sur notre territoire :

- Démarche entrante : répondre aux demandes de manière coordonnée
- Démarche sortante : prospection & ciblage de talents répondant aux besoins de notre territoire

Prérequis indispensable : savoir répondre, recevoir & accompagner les différents types de demandes.

Mise en place d'un point d'entrée unique
(accueil coordonné)

bienvenue@attractive-mulhouse.com
06 14 76 21 10



Fédérer ...Pour communiquer

Ambassadeurs,* convaincre ici pour mieux promouvoir ailleurs

Qui, mieux que les ambassadeurs d'un territoire, peut porter un message positif en dehors de ses frontières ? La promotion est authentique et efficace lorsque ce sont des Mulhousiens, d'adoption ou de naissance, qui prennent la parole pour vanter eux-mêmes les mérites de leur région de cœur.

Pour ce faire, il fallait dans un premier temps recruter des ambassadeurs pour ensuite les identifier et les impliquer dans nos actions de promotion et communication. En ce sens, une **campagne de recrutement** a été lancée le 19 septembre 2023. Une soirée de présentation à des acteurs « têtes de réseaux » a ouvert la voie à une **vaste campagne de communication** qui s'articulait autour de la création d'un site Internet et d'une page facebook et instagram, d'une vidéo de présentation et d'un visuel original, où l'intelligence artificielle magnifie la prestance d'illustres Mulhousiens.

On n'oubliera pas l'affichage digital en ville, la projection de la vidéo dans un cinéma mulhousien et sur les réseaux sociaux.

*un projet issu du comité des experts

500 ambassadeurs recrutés en l'espace de trois mois et demi

Des invitations pour l'avant-première du film « Little girl Blue » ont été offertes aux ambassadeurs et il en sera de même à chaque fois lors de la diffusion de films tournés à Mulhouse, pour que les ambassadeurs puissent promouvoir notre terre de cinéma.

Une première soirée pour créer du lien entre les ambassadeurs a été organisée lors de la préouverture de la Boutique aux étoffes. Ce rendez-vous habituel des partenaires de l'Office de Tourisme a été élargi pour accueillir 170 ambassadeurs dans une ambiance conviviale et propice à la découverte en avant-première du marché de Noël.

C'est aussi dans cette période que nous avons proposé aux ambassadeurs photographes amateurs ou professionnels d'acheter leurs plus belles photos du marché de Noël. Ces photos à caractère authentique alimentent notre photothèque et peuvent être utilisées pour des opérations de promotion ou communication.



Fédérer ...Pour mutualiser les moyens

Adhérents, un réseau structuré de professionnels impliqués

Les adhérents, c'est avant tout un réseau de partenaires regroupés au sein de l'Agence d'attractivité, engagés pour échanger et partager, promouvoir le territoire, se former et bien entendu développer son chiffre d'affaires.

 123 adhérents

TYPE D'ADHÉRENTS

Source des chiffres : AAMSA



26 hôtels
et résidences hôtelières



9 chambres d'hôtes
gîtes et meublés
et autres
hébergements



13 Greeters



11 associations
organisateurs d'événements,
prestataires congrès



28 musées
sites touristiques,
culturels et loisirs



16 commerces



20 restaurants

DES RENDEZ-VOUS

Les « cafés du tourisme » permettent de se retrouver deux fois par an pour échanger sur des thématiques touristiques. Ces rendez-vous sont appréciés par les adhérents qui en profitent pour partager leurs nouveautés, animations, expositions ou projets à venir.

Focus sur...

3 rendez-vous dédiés au tourisme durable

A chaque rencontre, une thématique et un intervenant ont été proposés pour comprendre, se former, et avancer ensemble : les enjeux du tourisme durable dans le monde et sur le territoire, le plan climat m2A, la gestion et la réduction des déchets.

Fédérer ...Pour notre sécurité sanitaire

Talents de santé,* s'engager pour l'attraction des professionnels toutes spécialités confondues

L'insuffisance de l'offre de soins médicaux s'est intensifiée ces dernières années et s'étend progressivement, posant des enjeux sanitaires nécessitant une mobilisation forte de l'ensemble des acteurs publics et privés. Conscients que la situation de l'offre de santé dans l'agglomération mulhousienne est tendue, comme elle l'est - hors les grandes métropoles - sur la quasi-totalité du territoire français, les acteurs politiques, professionnels et institutionnels mulhousiens ont tous engagé des démarches pour corriger la situation, dans leurs compétences et périmètres d'action.

Mais il faut aller plus loin car au-delà des incitations financières, le lieu d'exercice, le développement de conditions de travail attractives, l'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle, le maillage avec d'autres professionnels de santé, le cadre de vie font de plus en plus partie de l'équation pour attirer des talents médicaux dans les territoires.

Faire venir mais également maintenir les professionnels sur le bassin de vie, c'est tout l'objet de l'atelier qui, tout au long du second semestre, a réuni les acteurs institutionnels, professionnels de la santé, qui ont inventorié les besoins et les actions à mettre en œuvre de manière coordonnée.

*un projet issu du comité des experts

Ils ont conclu au besoin :

- De réaliser un **guide d'attractivité argumentaire** spécial, facile à utiliser dans le secteur médical.
- De mettre sur pied une **stratégie de démarchage**, là où ils étudient, des lycéens, des étudiants en médecine et plus particulièrement des stagiaires.
- De mener un **plan d'action opérationnel des possibilités de promotion du territoire** auprès des médecins en devenir, jeunes médecins, ou médecins expérimentés.
- Mais avant toute chose, de provoquer, sous l'égide de l'agence d'attractivité, une « **réunion au sommet** », pour que l'ensemble des acteurs locaux affirment, au plus haut niveau, leur volonté de s'informer et de travailler ensemble à corriger cette situation de pénurie, en renforçant la promotion des métiers de santé, l'intérêt d'une carrière en Sud Alsace et à faciliter l'installation durable des professionnels de santé.

La première du genre s'est déroulée le 21 décembre et tiendra des sessions régulièrement.



Fédérer ...pour attirer des professionnels

**Tourisme d'affaires,*
accroître le nombre de congrès
et d'événements professionnels
par la mobilisation des acteurs locaux**



70 % des congrès accueillis dans une ville
sont apportés par des acteurs locaux.

C'est ainsi que les experts réunis par l'agence d'attractivité ont réfléchi ensemble à faire de tout détenteur d'un mandat régional, national ou international, dans quelque domaine que ce soit, dans quelque structure que ce soit, un prescripteur dynamique, proactif, privilégié de l'offre de congrès du territoire.

Identifier, convaincre, former et outiller, tels sont les mots d'ordre de cette démarche engagée en 2023 et qui se poursuit.

- **Identifier** les congrès et séminaires en affinité avec les activités-phare de la Région (industries chimique, mécanique, textile notamment).
- **Convaincre et former** / Par des RDV en face-à-face avec les prescripteurs locaux principaux, et sur demande, avec tous ceux qui le désirent.
- **Outiller** / Par la réalisation d'un « guide apporteur de congrès », qui prodigue à l'intention des prescripteurs locaux, des argumentaires sur les atouts du territoire pour accueillir tout format, et des informations sur le Bureau des Congrès de l'Agence d'Attractivité, capable de gérer un dossier de A à Z pour le compte de n'importe quel demandeur.

Focus sur...

La campagne d'été
du tourisme d'affaires



Le Bureau des Congrès est allé à la rencontre des acteurs, institutionnels et professionnels du territoire afin de leur faire découvrir ses missions et les possibilités qu'offre le Sud Alsace pour l'organisation d'événements professionnels.

*un projet issu du comité des experts



ACCUEILLIR



Les chiffres clés du tourisme dans l'agglomération mulhousienne

Repères
(base 2022)



(1) Source des chiffres : 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 2024

(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)

2023 : Un excellent cru !



Source plateforme de télédéclaration m2A 2023



Source des chiffres : MKG-ART GE

Répartition des nuitées dans l'hôtellerie



Sources INSEE nuitées hôtels m2A

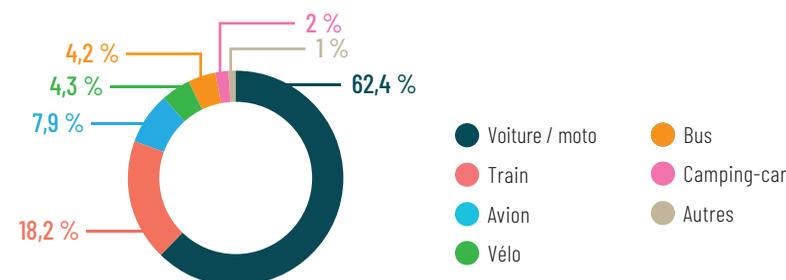


Source des chiffres : AirDna-ART GE



Source des chiffres : Service Tourisme et Musées m2A

Moyens de transports



Source enquête auprès de 5010 personnes interrogées à l'OT

Perspectives 2024

L'observation

► **Enquête Marketing des Clientèles :** d'où viennent nos visiteurs ? Qui sont-ils ? que font-ils ? Combien dépensent-ils ? Sont-ils satisfaits ? L'Agence Régionale du Tourisme Grand Est lance via son Observatoire une grande enquête marketing des clientèles, d'avril 2024 à avril 2025. L'Agence d'Attractivité et la Direction attractivité, développement culturel et touristique de m2A se sont associées pour commander un focus sur le territoire, en lien avec Alsace Destination Tourisme. Cette mise à jour est nécessaire, la dernière enquête remontant à 2018. Elle permettra de mieux connaître les retombées économiques du tourisme sur notre territoire et d'affiner la connaissance des profils de nos visiteurs, afin de mieux cibler nos actions.

Nos objectifs

- Développer l'image et la notoriété de la destination
- Asseoir les retombées économiques sur le territoire

Nos cibles

- **Tourisme d'agrément :** les urbains, les CSP+, les couples sans enfants et les familles
- **Tourisme d'affaires :** les agences événementielles, les séminaires et réunions d'entreprises, les congrès de 200 à 400 personnes

Nos marchés prioritaires

LES MARCHÉS DE PROXIMITÉ

- **La France**
- **Les pays européens :**
 - Allemagne
 - Suisse
 - Belgique
 - Pays-Bas
 - Italie
 - Espagne

L'accueil et l'information du public



62 857 visiteurs

59 379 personnes accueillies

1 572 courriels

1 906 appels téléphoniques

345 jours d'ouverture

Focus sur...

Un lieu de vie et de découvertes

Des événements hors les murs : en octobre et novembre, en partenariat avec l'hôpital, l'Agence a présenté Mulhouse et sa région aux nouveaux internes en médecine et aux étudiants en soins infirmiers à l'IFMS de Mulhouse à trois reprises. Une démarche qui devra s'amplifier dans le cadre des travaux du groupe projet dédié à la lutte contre la pénurie de médecins et de personnel soignant.

Et directement dans ses locaux, à l'Office de Tourisme : Avec tout d'abord l'apéro des adhérents, qui a rassemblé 35 personnes le 9 mai et le Week-end Famille Plus, organisé en octobre avec des ateliers jeux à destination des enfants accompagnés de leurs parents. Enfin, des ateliers de bricolage textile de Noël ont été animés par Sylvie Sevin pendant la période de l'Avent.

Top 3 de l'origine des clients renseignés

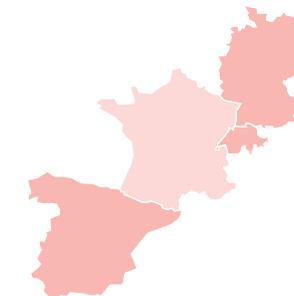
France 60% dont

- 24 % Alsace
- 13 % Île-de-France
- 9 % Auvergne-Rhône-Alpes



Étranger 40% dont

- 30 % Allemagne
- 13 % Espagne
- 12 % Suisse



La Boutique aux Étoffes

La Boutique aux étoffes a rencontré un franc succès en 2023. Les locaux et les touristes ont pu se faire plaisir comme chaque année, en s'y arrêtant pour rapporter un peu de Mulhouse et d'Alsace avec eux et principalement de l'étoffe de Noël sous toutes ses formes.

La décoration et la scénographie ont été réalisées par Camille Stoops et Mylène Leininger pour la 4^e année consécutive, mettant en avant l'étoffe « L'Envol bleu ». Les éléments de décoration et la présentation des produits ont été totalement renouvelés, offrant un espace féérique et chaleureux en adéquation avec le thème de Noël.



12 créatrices alsaciennes
ont travaillé l'étoffe en exclusivité pour la boutique



300 références
dont 18 nouvelles

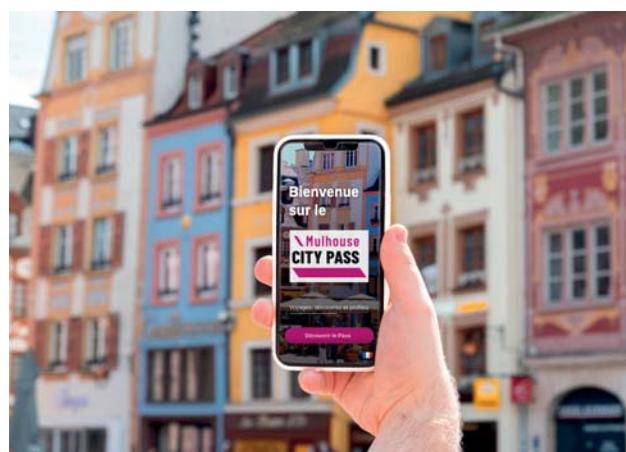
City Pass

Le city-pass de Mulhouse permet aux visiteurs de bénéficier de bons plans, tant sur les entrées aux musées, les restaurants, les loisirs que sur les visites guidées. Valable 3 jours, au tarif de 19€ (14€ pour les juniors), le pass inclut les transports en commun, ce qui permet de rentabiliser rapidement le pass, ainsi qu'une entrée gratuite parmi 9 sites proposés.

2 285 Pass vendus



5 257 entrées générées



Top 5 des articles vendus en 2023

toutes boutiques confondues et hors billetterie

3 638 mètres de tissu L'Envol bleu (hors vente aux adhérents et commerçants)

1 581 pots de confiture Beyer

707 torchons Jeannala et Seppala

701 lots de serviettes Envol Bleu

661 emporte-pièces

639 silhouettes à suspendre

362 294€ HT de chiffre d'affaires réalisé en boutique (hors billetterie) en 2023, toutes boutiques confondues

Sources des chiffres : AAMSA / Welogin

Perspectives 2024

Garder cet esprit de valorisation de la production locale, avec la mise en avant de fournisseurs alsaciens.

Et plus particulièrement à la Boutique de l'Office de Tourisme, redonner un coup de neuf au mobilier et réaménager l'espace au goût du jour.

Famille Plus

2023, année de renouvellement du label

Le label Famille Plus, porté par la Ville de Mulhouse et coordonné par l'Office de Tourisme, garantit aux familles un accueil et des équipements au plus proche de leurs besoins. Après une visite mystère auprès des prestataires labellisés et un audit complet, le renouvellement du label Famille Plus a été validé en octobre 2023 pour une durée de 3 ans ! Un gage de qualité important pour la cible famille !

De plus, à l'occasion du Week-end Famille Plus, l'Agence a organisé dans les locaux de l'Office de Tourisme un après-midi festif en famille avec un concours de dessin pour Halloween, mais aussi un atelier bricolage parents-enfants, goûter gourmand et coin lecture... Merci aux partenaires pour leur participation : les Bibliothèques de Mulhouse, Soléa, Sylvie Sevin, Kinopolis, la Maison Alsacienne de Biscuiterie et l'Abbaye Notre-Dame d'Oelenberg.



Territoire Vélo

Le label Territoire Vélo, en partenariat avec m2A, est mis en évidence sur les sites internet de l'Office de Tourisme et de m2A pour valoriser les prestataires offrant des services et équipement spécifiques pour les cyclotouristes.

Deux nouveaux établissements ont été labellisés en 2023 : l'hôtel Best Western Plus Au Cheval Blanc et son Restaurant Au Cheval Blanc !



Les Greeters, des passionnés du territoire

Les Greeters sont de vrais ambassadeurs locaux accueillant les visiteurs avec chaleur et enthousiasme.

En 2023, en plus des rendez-vous pré-programmés, des balades estivales avec départ immédiat de l'Office de Tourisme ont eu lieu pour le plus grand bonheur des touristes qui n'avaient pas pensé à réserver leur "greet" en amont de leur visite.

Quelques Greeters ont également participé à la Convention annuelle à Blois, réunissant tous les Greeters de France, avec un programme d'échanges des plus enrichissants.



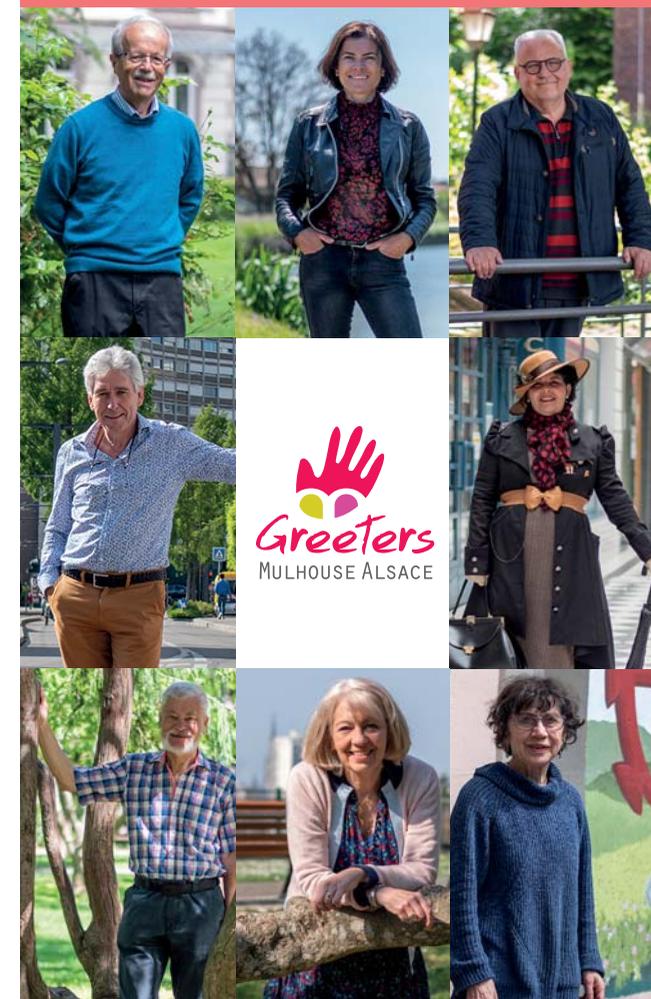
15 Greeters



61 balades



166 visiteurs



Réceptif Tourisme d'Affaires

Le Bureau des Congrès s'est vu confier un nombre un peu plus élevé de dossiers mais de plus petite envergure. Les clients ont privilégié l'accueil de petits groupes mais en proposant, en plus d'un temps de réunion, des moments conviviaux et avec des activités de team building.

En 2023, le Bureau des Congrès a également accueilli l'équipe de volley de Finlande ainsi que l'équipe d'escalade du Japon pour des temps de préparation. En vue des Jeux Olympiques de Paris 2024 et avec la volonté affirmée du territoire de développer l'accueil d'équipes sportives, l'Agence d'Attractivité Mulhouse Sud Alsace travaille en lien avec le Centre Sportif Régional d'Alsace à la commercialisation d'offres d'accueil des sportifs. Une belle perspective pour l'année 2024 avec des enjeux pour développer leur accueil dans le Sud Alsace pour les années à venir.

Retours clients

« J'ai particulièrement apprécié l'appui de Mégane Silberhorn, pour son professionnalisme, sa réactivité et sa force de propositions. »

Hélène Jacquier, DRH chez GRDF Grand Est

« Très à l'écoute, ce qui permet d'affiner la proposition en fonction des besoins du public - il est demandé une participation financière qui se justifie pleinement au regard de l'investissement. »

Nathalie BIGEY, avocate chez BSP2 Avocats-Associés

CHIFFRES CLÉS



558 000 €

de consommation territoriale*



60 professionnels

conseillés



24 dossiers concrétisés

sur le territoire dont 9 commercialisés par l'OTC



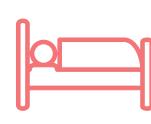
59 603 € TTC
de chiffre d'affaires



2 345 participants



2 438 journées
d'affaires



1 107 nuitées
générées

Focus sur...

L'accueil de l'International Society of Travel Medicine (ISTM)

Du 25 au 28 mai 2023, en marge de leur congrès qui s'est déroulé à Bâle, 40 personnes du conseil d'administration se sont retrouvées à l'Hôtel et Spa Les Violettes pour un séminaire résidentiel. Ces derniers sont venus du monde entier (Japon, Australie, Canada, Etats-Unis, Suisse, etc) pour échanger autour de la filière médicale.

Perspectives 2024

Accueil du plus grand camp d'entraînement préolympique de l'histoire des JO :

- 500 athlètes et leur staff
- 31 pays panaméricains
- 26 jours
- 3 lieux d'hébergement
- 13 infrastructures sportives impliquées
- A Mulhouse et dans son agglomération

*Sources des chiffres : AAMSA / ORTA

Service Réceptif

L'accueil des groupes affiche une belle progression au cours de l'année 2023 : une augmentation de 37% du nombre de visiteurs, de 31% du nombre de groupes accueillis, de 39% du chiffre d'affaires et de 48% de demandes non commerciales. Nous constatons également une activité quasi constante tout au long de l'année au sein du service comparativement aux années précédentes où le 1^{er} trimestre était une période creuse.

La durée de séjour ainsi que les tailles de groupe ont augmenté en 2023, plusieurs groupes de 50 à 100 personnes ont été accueillis en séjour. La zone géographique de provenance s'est également étendue avec le retour des groupes en provenance de région parisienne et des Hauts-de-France, mais aussi de Suisse (11%) et d'Allemagne (8%).

Les visites guidées à destination des individuels, toujours en développement, ont à nouveau connu un vif succès auprès des visiteurs locaux mais également auprès des touristes.

L'activité visite guidée a été marquée par la reprise, très attendue, en septembre, des visites de Stellantis, que l'entreprise a choisi de confier à l'Agence d'Attractivité.

Retour clients

Je voulais vous remercier très sincèrement pour votre accueil et votre disponibilité, lors de notre venue à l'Office.

Ce fut très apprécié par nos Adhérents et participants, magnifique séjour qui s'est déroulé sous les meilleurs auspices, la Météo, le programme tout a été parfait. L'ensemble des participants sont ravis de ce séjour et porterons la bonne parole aux seins des diverses associations qu'ils côtoient.

Merci à vous Aurélie, à Mathilde, et votre jeune collègue. Vous formez une belle équipe dynamique et sympathique.

Nous pensons revenir pour d'autres Aventures Alsaciennes, bien sûr avec l'aide de l'Office de tourisme et des congrès de Mulhouse.

Les anciennes mécaniques en balade - Séjour groupe

CHIFFRES CLÉS



112 demandes de devis
entrantes



76 groupes accueillis
sur le territoire



121 607.61 € TTC
de chiffre d'affaires



2 075 visiteurs



111 visites guidées



520 demandes
d'informations traitées



1 214 entrées
de sites touristiques



296 nuitées
1 786 repas

* Source : des chiffres : AAMSA

Focus sur...



Stellantis, l'emblématique

En septembre 2023, l'entreprise Stellantis, emblématique pour le territoire, a réouvert ses portes au grand public. Le circuit de l'Unité Terminale de Stellantis Mulhouse permet d'assister à la naissance d'un véhicule au plus près des lignes de production (Emboutissage, Ferrage et Montage).

L'organisation des visites a été confiée à l'Agence d'Attractivité et l'intérêt des visiteurs s'est confirmé par le flux des réservations (complet plusieurs semaines à l'avance). Les visites sont proposées aux groupes constitués sur demande et aux individuels à raison d'une visite hebdomadaire tout au long de l'année.

Le rayonnement de l'entreprise attire des visiteurs locaux, nationaux et internationaux (Moyen-Orient, Japon, Etats-Unis) et permet au service réceptif de développer des partenariats avec des acteurs locaux susceptibles d'accueillir les groupes en visite à Stellantis.

766 participants au **77** visites guidées proposées de mai à octobre, hors Stellantis, soit une progression de 30% du nombre de visiteurs.

En incluant les visites de Stellantis, on est à **903** visiteurs sur **89** visites guidées soit une progression de 53% du nombre de visiteurs. Les visites de Stellantis ont commencé début septembre 2023.

Séjours individuels

3 séjours vendus en ligne : 1 Folie'Flore et 2 Magie de Noël

Food Tour, nouvelle édition parue en octobre 2023 !

La nouvelle édition de la Balade Gourmande du Wackes intègre le restaurant **Un Petit Truc** en plus !

18 ventes en 2023

Un nouveau projet de Food Tour du monde est en cours d'élaboration pour 2024, il valorisera les cuisines du monde, si bien représentées à Mulhouse !

Perspectives 2024



• **Optimiser les outils de travail et l'organisation interne** pour répondre aux demandes croissantes tout en maintenant la qualité de l'accueil des groupes.

• **Poursuivre le développement des visites** à destination des individuels.

• **Développer les partenariats** avec et entre les acteurs du tourisme local.

CHIFFRES CLÉS " INDIVIDUELS "

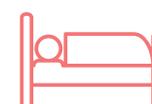
15 types de visites guidées proposées en 2023

- 9** visites « Poésie Urbaine Street Art » pour 170 visiteurs
- 10** visites « Brasserie de Lutterbach » pour 46 visiteurs
- 1** visite « Port d'Ottmarsheim » pour 15 visiteurs
- 14** visites « Commanderie de Rixheim » pour 24 visiteurs
- 1** visite « Île du Rhin » pour 27 visiteurs
- 4** visites « Écluses de Niffer » pour 48 visiteurs
- 3** visites « Domaine de Maurice » pour 35 visiteurs
- 2** visites « Ferme Krust » pour 18 visiteurs
- 21** visites « Grand Canon » pour 301 visiteurs
- 3** visites « Soléa » pour 36 visiteurs
- 3** visites « Relais-Est » pour 10 visiteurs
- 3** visites « Ferme du Château » pour 14 visiteurs
- 2** visites « Ungersheim, village en transition écologique » pour 22 visiteurs
- 12** visites « Stellantis Indiv. » pour 137 visiteurs

Total 89 visites pour 903 visiteurs

L'Auberge de Jeunesse

2023 a été une belle année pour l'Auberge de Jeunesse grâce à l'accueil de nombreux groupes sportifs et scolaires. A noter également que la location de la salle de la réunion et de la cuisine est en progression.



12 968 nuitées



419 946€ HT
de chiffre d'affaires



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

CLIENTÈLE



77 %
Français



23 %
Étrangers



19 %
sportifs



38 %
loisirs



36 %
scolaires



7 %
affaires

Sources des chiffres : Logiciel Chloé

AVIS CLIENTS



TRIPADVISOR
4 / 5

C'est en premier lieu l'emplacement qui est apprécié, puis les services



BOOKING.COM
7,6 / 10

Les clients apprécient le personnel, le rapport qualité / prix et la situation géographique



GOOGLE MY BUSINESS
3,8 / 5

Les services et propreté sont plébiscités



Perspectives 2024



• **Rénovation d'une chambre quadruple** condamnée suite à des inondations récurrentes

• **Rénovation d'une partie des chambres** du 1^{er} étage : réfection des sols et peinture

• **Étude de l'installation de panneaux solaires** sur le toit de la salle de réunion

Le Camping de l'Il



Avec une ouverture du 20 mars au 31 octobre et du 22 novembre au 22 décembre, 2023 a été une année record pour le Camping avec plus de 40 000 nuitées. De plus en plus de clients fidèles reviennent d'année en année, gage de qualité, notamment de l'accueil, fort apprécié !



40 818 nuitées



617 000 € HT
de chiffre d'affaires



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

Perspectives 2024



Pour maintenir des services et un environnement de qualité, de nombreux projets figurent au programme de l'année 2024 :

- Plan de plantation d'arbres
- renouvellement de certains hébergements
- révision du bassin de la piscine
- renouvellement de la marque Qualité Tourisme

CLIENTÈLE & SÉJOUR



61 % Français



39 % Étrangers
(49 nationalités)



81.5 % des séjours
en emplacements nus



19.5 % des séjours
en hébergements

EMPLACEMENTS NUS

51 % en camping-car
8 % en caravane
20 % à vélo
1 % en moto

1 % à pied
12 % en van aménagé
7 % en voiture

RETOURS CLIENTS



TRIPADVISOR : 3,5 / 5

les clients apprécient la situation et accueil



BOOKING.COM : 7,7 / 10

Sont particulièrement évoqués l'accueil, le rapport qualité / prix et la situation géographique



GOOGLE MY BUSINESS : 3,9 / 5

Pour les services, la propreté et le lieu

PROMOUVOIR





La promotion Loisirs BtoB

- **France** : Démarchage Autocaristes Bourgogne
- **Luxembourg** : Démarchage Autocaristes
- **Pays-Bas** : Workshop Grand Est - Amsterdam
- **Belgique** : Busworld - Bruxelles
- **Allemagne** : Eductour Grand Est
- **Espagne** : Workshop Grand Est - Madrid

 **9 opérations pros**

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

 **96 contacts**

- **Multi- marchés** :
 - Rendez-vous en France - Paris (multi-marchés)
 - Eductour des Rendez-vous en France (multi-marchés)
 - Eductour régional avec l'équipe conseil et information de Freiburg, Neuenbourg et Colmar



PARTENAIRES



Focus sur... Le salon Rendez-vous en France et son éductour

C'est le rendez-vous que l'on ne peut manquer ! En deux jours, des tours opérateurs du monde entier prennent rendez-vous avec les opérateurs touristiques français. 2023 était une année marquée par la reprise des projets et ce furent 26 rendez-vous fructueux pour l'Office de Tourisme. Avant de rejoindre Paris pour retrouver les 1850 professionnels du tourisme du workshop, 13 tour-opérateurs européens ont atterri à l'EuroAirport et ont passé leurs premiers moments en France chez nous.

Au programme : jeu de piste avec à la clé apéritif dans le Square du réservoir au coucher de soleil, dîner à l'auberge du Zoo et découverte des collections uniques au monde du Musée national de l'Automobile. Une séduction rapide mais réussie !



La promotion loisirs grand public

 **6 opérations grand public**

À MULHOUSE ET EN ALSACE

- Festivitas, en collaboration avec **Mulhouse Alsace Agglomération**
- Carnaval, avec des ateliers créatifs pour les enfants - **Mulhouse**
- Suivez le fil - **Mulhouse**
- Osterputz - **Mulhouse**
- Willkommen im Dorf - **Mulhouse**
- La fête du vélo m2A - **Mulhouse**
- Salon International du Tourisme et des Voyages - **Colmar**

DE L'AUTRE CÔTÉ DU RHIN

- Présence à Noël **Office de tourisme de Freiburg**
- La bicyclette **Le Rhin fait la fête au vélo, avec l'OT de Neuenburg**



Le lancement de l'opération du Calendrier de l'Après Noël

Forte des échanges du groupe de travail Calendrier de l'Après Noël issu du comité des Experts, l'agence a édité un document trilingue assorti d'une offre promotionnelle pour capitaliser sur le flot de visiteurs du marché de Noël, clientèle à fidéliser ! Avec une sélection d'hébergements proposant une remise de 20%, ainsi que 11 bonnes raisons de revenir - une par mois jusqu'en novembre - la brochure a été diffusée dans les hébergements participants ainsi qu'à l'OT et à la Boutique aux étoffes auprès des visiteurs séjournant sur notre territoire.

DE JANVIER À NOVEMBRE | 2024
FROM JANUARY TO NOVEMBER - VON JANUAR BIS NOVEMBER | 24

11 MOIS POUR REVENIR APRÈS NOËL
à Mulhouse & sa région
11 MONTHS TO COME BACK
11 MONATE, UM WIEDERZUKOMMEN



Focus sur... Notre coopération avec les offices de tourisme régionaux

L'année 2022 avait amené un rapprochement avec les offices de tourisme voisins : Colmar, Freiburg et Neuenburg-am-Rhein.

Plus particulièrement, nous avons souhaité renforcer les liens entre les équipes d'accueil et leur connaissance de la région.

En effet, ce sont de réelles expertes de leur destination et il semble important d'en faire des ambassadrices des destinations voisines pour tous les touristes qui chercheraient à rayonner.

Pour ce faire, nous avons lancé une série d'éductours, le premier ayant eu lieu à Freiburg en 2022. Notre éductour mulhousien a eu lieu le 2 mars 2023 avec au programme découverte du marché de Mulhouse, visite guidée street-art et visite du Musée national de l'Automobile.

Aussi, nous avons étendu notre collaboration sur la promotion Noël dans nos espaces d'accueil.

Nous avons fait de l'affichage à l'office de tourisme de Colmar et un corner dédié « Noël à Mulhouse », au même titre que l'année passée à Freiburg.



La promotion tourisme d'affaires

 7 opérations

- France
 - Heavent Meeting Cannes
 - Afterwork SBE à Strasbourg
 - Workshop MICE à Paris
 - The MIX à Metz
 - Pure Meeting France à Paris
 - Réunion à Paris

• Suisse : Assistants' Days

 88 contacts

Source des chiffres : OTC



Focus sur... Assistants' days à Zurich

L'Office de Tourisme avait mené une étude de marché sur le tourisme d'affaires en Suisse en 2022.

Une cartographie des actions marketing avait été effectuée et le salon « Assistants' Day » semblait alors être une opération promotion intéressante. De fait, c'est le rendez-vous des assistantes de direction, en charge d'organiser les événements des entreprises suisses.

Le Bureau des Congrès y a participé avec le collectif Meet in Alsace, soit avec les bureaux des congrès de Strasbourg et Colmar et leurs partenaires, et la société industrielle de Mulhouse à ses côtés.

Le succès était au rendez-vous avec un réel engouement pour notre destination Alsace. Leur affection personnelle pour la destination est à convertir en destination affaires.

Cinéma

Une politique nouvelle et pleine de promesse

Au début du 21^e siècle, les collectivités locales ont commencé à comprendre l'intérêt d'accueillir des tournages de cinéma.

pour booster l'image

pour montrer les communes sous un angle valorisant

Preuves d'ailleurs : Le directeur de l'office de tourisme de Marseille déclare que « En 2004, quand la production s'est installée, la ville était loin d'être aussi branchée qu'elle ne l'est maintenant, avec tous ces Parisiens qui viennent s'installer ici, attirés par la qualité de vie mais aussi par le prix de l'immobilier »

pour booster la fierté

En accueillant des stars qu'on n'imaginait pas arpenter les rues de l'agglomération mulhousienne avant (Marion Cotillard, Laure Calamy, Roschdy Zem, Raphaël Quenard...)

Preuves d'ailleurs : France 3 Mayenne « Sur les routes qui mènent à la ferme de la Touche, là où se déroule la majeure partie de l'histoire d'Au Nom de la Terre, [...]. Si beaucoup d'habitants ne sont pas encore allés au cinéma, la simple évocation du film et de la présence de Guillaume Canet en 2018 en Mayenne, suscitent leur fierté ».

pour booster l'économie

Chaque euro investi par les collectivités locales dans un film, une fiction ou un documentaire génère 6,60 euros de retombées directes (rémunération, dépenses techniques et tournage) et 1 euro de tourisme (hébergement, restauration, loisirs, transport), Soit un total de 7,60 euros (CNC)

Preuves d'ailleurs : Office de tourisme de Dunkerque « À Dunkerque, après la sortie du film de Nolan, en 2017, le tourisme britannique a bondi de 350% au cours de l'été. Sur la même période, 10,5 millions d'euros ont été dépensés localement. La hausse de la fréquentation touristique, toutes nationalités confondues, a été de 30 % entre les deux étés. 28 % des répondants d'une enquête menée par l'Office de tourisme de Dunkerque disent être venus en partie ou uniquement par rapport au film ».



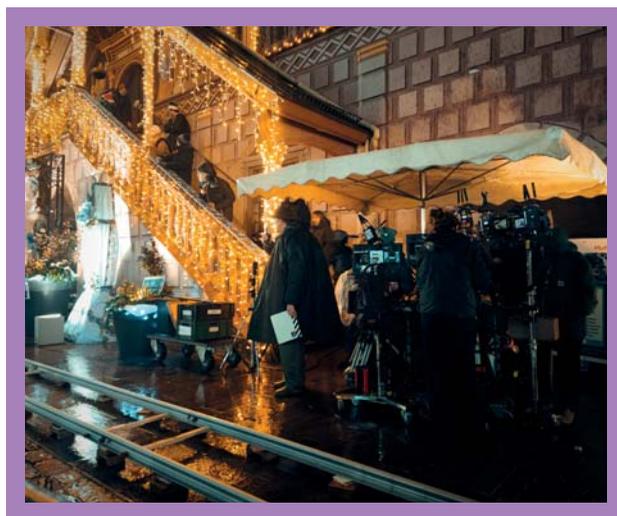
Cinéma

Comment faciliter les tournages de cinéma ?

Les collectivités ont mis en place des structures adaptées à l'accueil de cette activité particulière, dite « industrie cinématographique » et également, des dispositifs d'aide financière aux productions.

En 2017, Mulhouse Alsace Agglomération s'est donc dotée d'une mission cinéma chargée d'accompagner les tournages et d'un fonds de soutien financier substantiel (53 000 euros par an, complété d'un apport de 50 % par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui achève de convaincre les sociétés de production.

En 2022, l'Agglomération a transféré sa mission cinéma et l'administration de son fonds à l'agence d'attractivité.



Un travail avec les partenaires régionaux

La coopération entre la Région Grand Est, porte d'entrée de la quasi-totalité des projets cinématographiques, et l'Agence d'attractivité Mulhouse Sud Alsace se déploie par le biais de conventions triennales. Elles ont donc signé conjointement en 2023 la 3^e convention pour les années 2023, 2024 et 2025.



53 000 €

de financement pour plusieurs films en 2023



Plus de 600 000 €

de retombées économiques en 2023



Avec cette convention, les collectivités, l'agence d'attractivité et le Bureau des images qui accueille concrètement les équipes pour les orienter dans leur implantation lient leur destin et s'engagent ensemble à assurer au mieux les tournages de cinéma sur le territoire.

Les films principaux tournés en 2023

Still Nia

Documentaire de Paula Onet – production Ada Solomon
3 jours de tournage à Mulhouse, friche DMC
du 18 au 20 juillet 2023

Le tableau volé

Long-métrage de Pascal Bonitzer – production SBS Productions
3 jours de tournage à Mulhouse
du 3 au 6 avril 2023 Avec Léa Drucker et Alex Lutz

MALs (MADs en version internationale)

Long-métrage de David Moreau – production Les Enfants Terribles
Préparation et tournage complets dans l'agglomération
du 24 juillet au 5 août 2023

Mon livreur de Noël

Unitaire de télévision de Cécilia Rouaud – production Authentic Productions
Tournage complet dans l'agglomération
du 30 novembre au 30 décembre 2023
Avec Tom Leeb et Arielle Dombasle

Les sorties et projections spéciales de films tournés dans l'agglomération

Motoco

documentaire de Robin Huntzinger
Diffusion à Motoco et sortie sur plateforme le 24 septembre 2023
Projection du film à Motoco le 22 septembre 2023 - 160 personnes présentes

Le principal

long-métrage de Chad Chenouga
Avant-première au cinéma Palace de Mulhouse le 6 avril
Sortie salle nationale le 10 mai 2023 - 150 personnes présentes

D'autres chats à fouetter

court-métrage d'Ovidie
Mis en ligne sur la plateforme France 2 le 15 mars 2023

Totem

court-métrage d'Arthur Cahn
Mis en ligne sur la plateforme Arte le 2 décembre 2023

Tropic

long-métrage de Edouard Salier
Avant-première au cinéma Kinépolis de Mulhouse le 30 juin
sortie nationale le 2 août 2023 - 100 personnes présentes

Little girl blue

docu-fiction de Mona Achache
Projeté en sélection officielle au Festival de Cannes 2023 puis
avant-première au cinéma Palace de Mulhouse le 3 novembre
(sortie nationale le 15 novembre 2023) - 150 personnes présentes

Maddy reine du pays

court-métrage de Maeva Bérol
Mis en ligne sur la plateforme Arte le 12 novembre 2023



L'encouragement à la filière

L'appui au développement de la 1^{ère} section BTS cinéma à KMO
L'appui au développement du nouveau studio cinéma 7k, à DMC (village d'entreprise)

La communication et la promotion

- Présence sur « Paris Image Production Forum » (stand de la Région Grand Est) - février
- Près de 40 occurrences presse écrite et télévisée, régionales et nationales
- Le soutien à l'édition de l'ouvrage William Wyler, de Mulhouse à Hollywood, de Pierre-Louis Cereja, qui vient parachever l'année William Wyler 2022.

Focus sur... Le Festival Nikon

Le Festival Nikon offre aux jeunes créateurs, quelle que soit leur formation, de participer à une compétition originale, en présentant un film de 2 minutes 20 sur un thème imposé (le feu en 2024).

L'agence d'attractivité a soutenu les 4 régionaux compétiteurs, et plus particulièrement Dimitri Gangloff (déjà lauréat du Nikon Talents Brut en 2021) et son court-métrage Wakie.

Un nouveau site internet



tourisme-mulhouse.com

Un nouveau site internet en avril 2023, dédié à la vocation touristique de l'Agence, toujours trouvable en ligne avec le nom de domaine tourisme-mulhouse.com. La partie "pro" y a été intégrée sous forme de rubriques (congrès, groupe, presse, adhérents) au même titre que la partie tourisme...

Le site a été modernisé et fait la part belle aux expériences que l'on peut trouver sur le territoire de l'agglomération, tout en gardant les pages phares comme le téléchargement de brochures, les pages hôtels, restaurants, musées, les incontournables, etc. Cette refonte a permis une belle remontée en termes de statistiques. Sa visibilité a été améliorée sur les moteurs de recherche.

+57% du nombre de visiteurs par rapport à 2022



416 332
visites



661 157
pages vues
depuis avril



3 min 55 s
durée moyenne
de visite

Perspectives 2024



Le site internet va continuer à être alimenté avec de nouvelles pages d'expériences et pages pratiques pour donner toujours plus d'informations et de conseils aux visiteurs.

Top 3 des origines géographiques

France 55 %



Grand Est
48 %



Ile-de-France
24 %



Auvergne-Rhône-Alpes
8 %

Etranger 45 %



Allemagne
43 %



Suisse
30 %



Belgique
4 %



Les réseaux sociaux

Avec l'avènement de l'Agence d'Attractivité, les réseaux sociaux se sont élargis. En plus des comptes historiques "Visit Mulhouse" de l'Office de Tourisme sur Facebook et Instagram, sont nées des pages Facebook pour les Ambassadeurs de Mulhouse Alsace, la Mission Cinéma et l'Agence d'Attractivité ainsi que des comptes Instagram **ambassadeurs_mulhouse** et **mission.cinema.mulhouse**.



Toutes pages confondues,
l'Agence d'Attractivité
est suivie par

18 755 followers
(+10%)



Tous comptes confondus,
l'Agence d'Attractivité
est suivie par

5 572 personnes

Sources des chiffres : Facebook / Instagram



La Gestion de la Relation Client

La Gestion de la Relation Client se poursuit aux côtés d'Alsace Destination Tourisme et des Offices de Tourisme alsaciens.

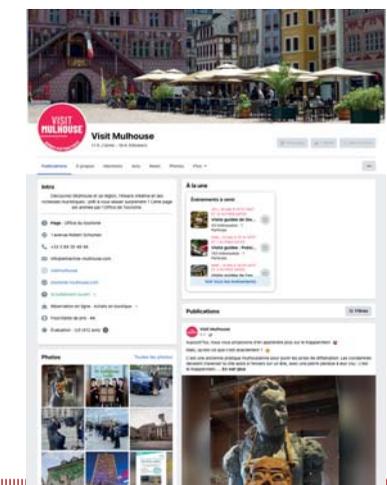
Environ **15 000 clients** accompagnés par Liesel sur toute l'Alsace dont **425** sur Mulhouse.

Les informations recueillies proviennent d'informations clients saisies par l'accueil, du widget se trouvant sur le site internet tourisme-mulhouse.com, de Gîtes de France 68 et du widget se trouvant sur le site régional **www.liesel.fr**

Perspectives 2024



Une passerelle est en cours de création entre le logiciel VEGA (réservation hôtelière) et le logiciel de CRM avizi. Celle-ci permettra de récupérer les coordonnées des clients séjournant dans les hôtels utilisateurs du logiciel (et signataires de la convention) afin de pouvoir leur envoyer les bons plans de Liesel.



Brochures & Newsletters

Au niveau de l'activité touristique, le Guide de Destination reste la brochure phare à destination des visiteurs de Mulhouse et sa région.



GUIDE DE DESTINATION
12 000 exemplaires
FR 8 000 DE 2 000 GB 2 000

PLANS SOUS-MAIN
28 000 exemplaires
FR DE GB

CONCENTRE DE MULHOUSE
35 000 exemplaires
FR DE GB ES IT NL

Focus sur... Première Newsletter

En juin 2023, l'Agence a lancé sa première Newsletter à 360°, reprenant des actualités de tous les domaines de l'attractivité.

Chaque mois, 5 actus sont sélectionnées pour mettre en avant les RDV à ne pas manquer, les talents, les initiatives du territoire etc...



7 newsletters
envoyées en 2023
(la première le 1^{er} juin)

7170 mails
délivrés sur toute l'année
32,29 %
Taux d'ouverture moyen



Les relations presse et influenceurs

La qualité plutôt que la quantité ! 2023 a été une année avec, certes, moins de retombées mais très qualitatives, en témoignent les reportages de Art & Décoration, avec une double page consacrée à Mulhouse, ou encore le New York Times avec son reportage sur les marchés de Noël autour du Rhin.

L'Agence a participé à 3 RDV dédiés aux journalistes et créateurs de contenu tourisme et lifestyle (l'IMM Paris - International MediaMarket), le workshop presse Stuttgart organisé par l'ARTGE et le rendez-vous "Noël en Alsace" à Paris organisé par ADT. Elle a également reconduit la journée découverte des influenceurs locaux.



± 450 000€
de contre-valeur publicitaire

46 journalistes et influenceurs
de 5 pays rencontrés

Perspectives 2024

L'Agence continuera à entretenir ses relations avec la presse et influenceurs tourisme, tout en commençant à communiquer sur les autres pendants de l'attractivité.

Focus sur... L'Accueil du New-York Times

Fin octobre, nous avons été contactés par Alsace Destination Tourisme pour accueillir rien de moins qu'Elaine Glusac, journaliste au New York Times. En quelques jours, son objectif était de couvrir les marchés de Noël le long du Rhin.

Mulhouse, qu'elle a choisi de parcourir avec un greeter pour découvrir le marché de Noël comme une vraie Mulhousienne, a été "une dose rafraîchissante de modernité".



Pays des Étoffes

Depuis de nombreuses années, les 7 Offices de Tourisme du Sud-Alsace et l'Écomusée d'Alsace se regroupent sous la marque de Destination « Noël au Pays des Étoffes » pour asseoir le Sud Alsace comme destination Noël à part entière.

Un plan de communication et une animation itinérante sont mis en œuvre pour créer un fil rouge dans le Sud de l'Alsace.

Cette année, la stratégie marketing a été redessinée pour s'axer sur la cible famille.



375 visites
sur notre stand
au salon SITV de Colmar
dédié au Pays des Étoffes



7 Ateliers
des Étoffes



8 publications
sur nos réseaux
respectifs



Un accueil des bloggeurs
« Nos Coeurs Voyageurs »



14 700 visites
sur le site
www.noel-sud-alsace.com



Un point presse
dédié



24 rendez-vous
avec la Minute
Textile

Sources des chiffres : AAMSA / CCI Alsace Eurométropole

Nos partenaires



Focus sur...

L'accueil de "Nos Coeurs Voyageurs"

Les partenaires du Pays des Étoffes ont clairement identifié depuis plusieurs années que leur offre s'adressait en grande partie aux familles. Pour faire connaître le Sud Alsace à Noël, ils ont donc décidé de faire appel à "Nos Coeurs Voyageurs", créateurs de contenu orientés "famille", qui étaient déjà venus au printemps 2022.

6 partenaires ont ainsi concocté ensemble un programme sur mesure pour faire vivre une expérience inoubliable à Laura, Sébastien et Hélio, 9 ans. Le défi cette année ? Montrer que toute l'offre était accessible en transport en commun depuis Mulhouse, pour répondre à un des engagements de cette famille éco-concernée.



Synthèse financière

Comparatif comptes de résultat 2023/2022

(en milliers d'euros)

PRODUITS	2023				2022			
	AAMSA	AJ	CA	Total Asso.	AAMSA	AJ	CA	Total Asso.
Ventes Marchandises et Prest.Serv. revendues	589	413	593	1 595	512	341	453	1 306
Subventions	1 249	12	12	1 273	749	10	14	773
Cotisations et produits divers	72	3	14	89	49	0	7	56
Total produits	1 910	428	619	2 957	1 310	351	474	2 135

CHARGES	2023				2022			
	AAMSA	AJ	CA	Total Asso.	AAMSA	AJ	CA	Total Asso.
Achats Marchandises et Prest.Serv.revendues	357	58	47	463	323	56	33	412
Frais de personnel	936	236	252	1 424	655	232	189	1 076
Autres charges	536	121	188	845	331	113	189	634
Total charges	1 829	415	487	2 731	1 309	401	412	2 121

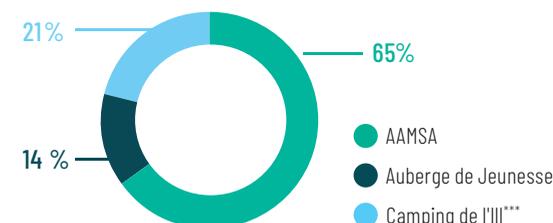
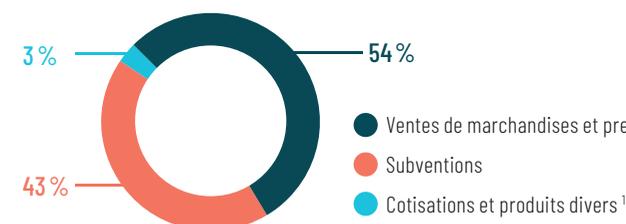
RESULTAT NET	80	13	132	225	0	-49	62	14
--------------	----	----	-----	-----	---	-----	----	----

AAMSA : Agence d'Attractivité Mulhouse Sud Alsace

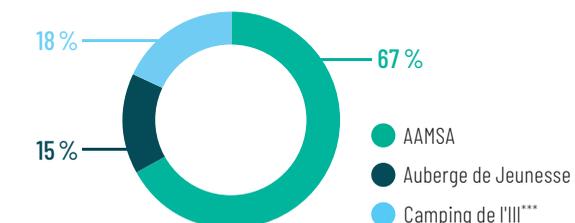
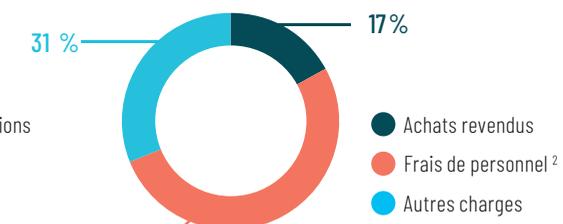
AJ : Auberge de Jeunesse

CA : Camping de l'III***

PRODUITS 2023



CHARGES 2023



L'équipe en 2023

DIRECTION ET ADMINISTRATION



Michel MICLO
Directeur
+33 (0) 777 92 29 03
mmiclo@attractive-mulhouse.com



Christophe DEVILLERS
Directeur adjoint
+33 (0) 608 53 16 14
cdevillers@attractive-mulhouse.com



Adeline SUNDER
Assistante de Direction
Chargée de la gestion des adhérents

CONSEIL ET INFORMATION



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



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



Karina SCHUBACK
Conseillère en séjour
+33 (0) 389 35 48 48
kschuback@attractive-mulhouse.com

COMMUNICATION



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



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



Emilien DREY
Chargé de communication
(en alternance)
edrey@attractive-mulhouse.com



Inès PINTO
Chargée de communication
(en alternance)



PRÉSIDENCE

Laurent RICHE
Président



Nathalie BIRLING
Directrice Hospitalité et Office de Tourisme
+33 (0) 389 35 47 48
nbirling@attractive-mulhouse.com



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



Marième DIALLO
Assistante administrative
chargée des adhérents



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



Nathalie POUILLAIN
Chargée de la relation avec les adhérents



Justine EGMANN
Adjointe à la responsable accueil et qualité
+33 (0) 389 35 48 48
jegmann@attractive-mulhouse.com



Solène DEBENATH
Conseillère en séjour en alternance
+33 (0) 389 35 48 48
sdebenath@attractive-mulhouse.com

ECONOMIE / ENTREPRISES



Muriel HARTER
Chargée de mission Economie
+33 (0) 631 45 60 77
mharter@attractive-mulhouse.com

MISSION CINÉMA



Jocelyne RENAUD
Chargée de Mission Cinéma
+33 (0) 623 83 10 28
jrenaud@attractive-mulhouse.com

PROMOTION



Elise BERGERARD
Chargée de promotion

SERVICE RÉCEPTIF GROUPE



Aurélie OUDIETTE
Responsable du service
+33 (0) 389 35 48 42
aoudiette@attractive-mulhouse.com

BUREAU DES CONGRÈS



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



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

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



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

AUBERGE DE JEUNESSE



Nathalie DJIA DJOM
Réceptionniste



Olympia NOAH
Réceptionniste



Arjeta GUTAJ
Agent d'entretien



Julien LAMBINET
Réceptionniste



Farid SELLEMET
Réceptionniste



Rajaa DAIHI
Agent d'entretien



Jonathan BORNEO
Veilleur de nuit

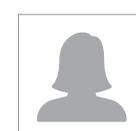


Mehdi LEKADIR
Veilleur de nuit

CAMPING DE L'ILL***



Aurore ANDRIOLLO
Réceptionniste



Nathalie VAN SAANFELD
Réceptionniste



Pietro FERRUGLIA
Agent technique



Jean Noel MOERMANN
Agent technique