



RAPPORT D'ACTIVITÉS 2018

*Office de Tourisme
La Bresse
Hautes-Vosges*

COMPRENDRE

LE FONCTIONNEMENT DE L'OFFICE DE TOURISME DE LA BRESSE



Pôle

Accueil

Information

Gestion de l'information

- **Accueil des clientèles** : tous modes confondus (vis-à-vis, téléphone, mail, hors les murs)
- **Information/conseil** : via les brochures touristiques et le site Internet
- **Services** : billetterie, accès wifi, point de vente
- **Gestion de la base de données régionale SITLOR**
- **Veille touristique** : collecte, traitement et analyse qualitative et quantitative des données statistiques pour une meilleure connaissance des clientèles et évaluation de nos services et de nos actions



Pôle

Communication

Promotion

Etourisme

- Editions, outils et supports de **communication**
- Web, réseaux sociaux, animation **numérique** du territoire
- Actions **marketing**
- **Salons** et workshops
- Relations **médias**
- Gestion des **marques et labels**, dont Famille Plus



Pôle

Commercialisation

Relations hébergeurs

- **Produits et séjours** pour les individuels et les groupes via la centrale de réservation
- **Packs activités/loisirs**, activités accompagnées
- **Renseignements et services** aux hébergeurs touristiques
- **Gestion de la centrale de réservation** et des biens des hébergeurs touristiques
- **Accompagnement pour le classement** des meublés touristiques



Pôle

Évènementiel

- Organisation d'**événements** comme le Festival d'Anicé
- Organisation des **accueils vacanciers**
- Organisation de la **Semaine du Goût**



Pôle

Développement

Animation du réseau

- **Contribuer au développement** de l'activité touristique pour favoriser les retombées économiques
- **Fédérer les acteurs locaux** autour de projets structurants
- **Développer la notoriété** et l'image de marque de la destination
- **Veiller au dispositif Qualité** sur l'ensemble de nos actions

SOMMAIRE

Mission « Fédérer et animer le réseau des professionnels ».....	p. 4
Mission « Accueillir, conseiller et promouvoir ».....	p. 12
Mission « Commercialiser ».....	p. 19
Mission « Animer ».....	p. 22
L'équipe de l'OT.....	p. 26
Le Conseil d'Administration.....	p. 27



EDITO *du Président*

C'est un plaisir pour moi de pouvoir vous présenter les actions menées par notre Office de Tourisme à travers ce nouveau document retraçant l'année 2018.

L'activité touristique 2018 à La Bresse a été, par bonheur, très dense. Quatre saisons hautes en fréquentation grâce à une météo clémente tout au long de l'année.

2018, une année également riche en évènements. De nombreuses animations ont été organisées avec en point d'orgue, au mois d'août, les finales de la Coupe du Monde VTT de descente et cross-country qui ont attiré plus de 25 000 spectateurs.

Comme souhaité, et déjà évoqué en 2017, les Rencontres du Tourisme du mois de juin ont pleinement répondu aux attentes, avec une journée riche en échanges (vous trouverez dans ce rapport un compte-rendu détaillé de ces RT#1).

Nous serons, en 2019 et en 2020, dans la continuité des travaux initiés depuis 2 ans. Une réflexion est en cours pour mettre en place une stratégie de marque partagée pour notre station, avec une approche transversale de l'attractivité et une mobilisation des acteurs publics et privés dans une même démarche. Bien entendu, cette réflexion devra prendre en compte la future stratégie de développement touristique mise en place à l'échelle intercommunale.

Un futur chantier de réorganisation des services de l'OTL est également en préparation, avec en toile de fond une année électorale et une issue que j'espère favorable au niveau intercommunal.

Comme il est de coutume, vous trouverez dans ce rapport toutes les « stats » propres aux activités de l'OT : accueil et conseil en séjour, communication, animation, commercialisation de produits et services et surtout promotion de notre destination La Bresse Hautes-Vosges.

En ma qualité de Président du Conseil d'Administration, je salue et je remercie sincèrement l'ensemble de l'équipe de l'OT pour sa conscience professionnelle, pour la qualité de son travail et du service rendu et pour sa mobilisation.

En conclusion, je remercie tout particulièrement Julie pour l'élaboration de cette synthèse détaillée et chiffrée, mais surtout pour sa motivation et son implication jour après jour.

Bonne lecture à tous.

Nicolas REMY

Président de l'Office de Tourisme et Loisirs de La Bresse
Adjoint au Maire de La Bresse



FÉDÉRER ET ANIMER

*le réseau des acteurs
locaux du tourisme*

LES GROS CHANTIERS DE 2018

1 LES RT#1 LES RENCONTRES DU TOURISME

L'Office de Tourisme de La Bresse a organisé ses premières rencontres du tourisme « Les RT#1 » le 11 juin 2018. Ces rencontres avaient une double vocation: d'abord, présenter aux prestataires touristiques du territoire les activités, les missions et l'équipe de l'Office de Tourisme, ensuite échanger et co-construire la stratégie touristique du territoire pour 2019. Plus de 60 personnes, hébergeurs, restaurateurs, prestataires d'activités, élus, techniciens, se sont mobilisés pour contribuer à la réflexion collective.

Dans le cadre des ateliers participatifs, les acteurs touristiques du territoire ont été invités à réfléchir sur 3 thématiques complémentaires et structurantes : la gouvernance, le marketing et l'offre touristique. Les participants ont été repartis en 5 sous-groupes d'une dizaine de personnes animés par les partenaires institutionnels de l'Office de Tourisme.

Ce temps d'échange en sous-groupe a permis des discussions directes entre les participants et un temps de parole équilibré sur les 3 grandes thématiques.

À l'issue d'une heure d'échange, chaque groupe a été invité à restituer, en plénière, les constats et propositions pour son thème de travail.

**VOICI UNE SYNTHÈSE DES APPORTS
DE CHAQUE SOUS-GROUPE**





Thème 1 /

GOVERNANCE ET ORGANISATION

LES PARTICIPANTS ONT ÉTÉ INVITÉS À RÉFLÉCHIR ET À PARTAGER LEURS VISIONS DU TERRITOIRE À TRAVERS LES QUESTIONS SUIVANTES :

Mission #1

Identifiez les principales réussites/forces en termes de gouvernance et de travail collectif à l'échelle de la station :

- › Une station dynamique, représentative d'un territoire authentique.
- › Une évolution importante d'un positionnement « sportif » vers un positionnement famille.
- › Des acteurs très impliqués et mobilisés pour leur territoire notamment dans le cadre d'événements.

Identifiez les principales difficultés en matière de gouvernance touristique et de travail collectif à l'échelle de la station :

- › Une implication des acteurs plus difficile en dehors des événements.
- › Une vision du tourisme institutionnelle, parfois trop réduite aux limites administratives.
 - › Une réactivité insuffisante de la part de l'OT notamment liée à son statut (fonctionnement 100% public).
 - › Un dialogue entre acteurs touristiques publics et privés pas toujours fluide.

Mission #2

Déterminez des actions ou des outils à mettre en place, pour renforcer la collaboration entre les acteurs du tourisme :

- › Mettre en place un « comité de station » en charge de coordonner l'action touristique.
- › Identifier un référent OT en charge d'assurer la relation avec les acteurs du tourisme sur le terrain.
- › Clarifier les rôles et responsabilités des différents acteurs publics impliqués dans l'action touristique (OT, SIVU, Commune, ...).
- › Repenser le portage de l'action touristique pour améliorer l'attractivité et la performance touristique.
- › Réfléchir aux possibilités de mutualisation des moyens financiers.
- › Améliorer la communication/transparence relative à l'utilisation des fonds collectés via la taxe de séjour.
- › Engager le dialogue avec Gérardmer pour renforcer la complémentarité des deux stations.



Thème 2 / MARKETING ET COMMUNICATION

Mission #1 : notre identité touristique

Déterminez les principaux éléments constituant la notoriété et l'identité actuelle de la Bresse :

- › Une nature authentique.
- › Une montagne accessible à tous en été comme en hiver.
- › Une montagne vivante et animée par des événements sportifs et culturels d'envergure internationale.
- › Une diversité de pratique sportive au fil des saisons (ski, cyclo, rando,...).
- › Des traditions et une culture bien ancrée (ferme, artisan, vieux métiers, industrie).
- › Une population authentique, simple, accueillante et accessible.
- › Un bon rapport qualité/prix.

Mission #2 : nos clientèles

Quelles sont nos clientèles aujourd'hui ?

- › Typologie : Familles (yc les tribus et familles recomposées) / Seniors actifs / Groupes organisés (amis, séjours stages sportifs).
- › Provenance : Clientèle régionale (2h) et nationale (Haut de France / IDF) / Clientèle étrangère (Benelux / Allemagne)
- › Particularités : Budget modéré / Profil «contemplatif» et «sportif».

*Quelles sont les clientèles à développer ?
(déterminez les clientèles prioritaires que la station doit cibler pour garantir son développement et se différencier)*

- › Clientèles de cyclo-sportifs.
- › Clientèles allemandes présentes en Alsace.
- › Clientèles de groupes (classe verte, classe de neige, colonies,...).

Mission #3 : nos chantiers prioritaires

*Quels sont les chantiers prioritaires à conduire pour faire évoluer la démarche marketing de la station ?
Quelles sont les conditions de réussite d'une stratégie de communication pour notre station ?*

- › Accompagner le territoire à changer de posture et montrer sa fierté de représenter La Bresse.
- › Définir une ligne éditoriale pour parler d'une seule et même voix.
- › Créer du contenu marketing de qualité pour valoriser les spécificités du territoire (photos / vidéos).
- › Capitaliser sur les événements sportifs et culturels pour développer la station après les événements.
- › Développer un soutien / accompagnement aux porteurs de projet (notamment événementiel).
- › Créer un équivalent du label Accueil Vélo pour la randonnée et l'accueil des motards.
- › Élaborer des produits clés en main pour les clientèles de cyclo-sportifs.
- › Développer une stratégie de fidélisation des clientèles.
- › Renforcer le partage d'information entre les acteurs du territoire.
- › Développer une communication spécifique à destination des clientèles allemandes en anticipant la capacité des acteurs à parler allemand.



Thème 3 / OFFRE TOURISTIQUE

Mission #1 : nos offres

Quels sont les offres et produits touristiques les plus recherchés par nos clientèles actuelles ?

Les participants soulignent la différence entre la haute-saison hivernale / estivale et l'inter-saison notamment en termes de typologie de clientèle (en haute-saison la famille est particulièrement représentée, en inter-saison les groupes et les adultes sont plus présents). De façon générale, les clientèles recherchent d'abord des activités :

- Insolites et atypiques, pour sortir de l'ordinaire et du quotidien.
- Conviviales et festives, pour passer un moment agréable en famille.
- Accessibles et faciles, pour une première découverte à un niveau débutant.
- Au contact de la nature, pour se reconnecter.

De façon spécifique, les centres d'intérêts des clientèles sont les suivants :

- En hiver, les offres les plus recherchées sont le ski alpin, le ski de fond et les raquettes.
- En été, les offres les plus recherchées sont les randonnées et balades (facile), le vélo (VTT, VAE, cyclo sportif).
- En inter-saison, les offres les plus recherchées sont les grands évènements thématiques.

Les clientèles présentes sur le territoire vont systématiquement au moins une fois en Alsace, soit pour des raisons météo, soit pour découvrir les sites touristiques (ex. Route des vins).

Quelles sont les offres locomotives /facteurs d'attractivité qui déclenchent un séjour ?

Les participants ont orienté la réflexion vers l'analyse des facteurs d'attractivité de la Bresse, à savoir :

- Une montagne accessible, vivante et accueillante.

- Une station qui véhicule une image de «destination touristique».
- Un territoire dynamique, animé et bien équipé où l'on ne s'ennuie pas.
- Un territoire abordable, bénéficiant d'un bon rapport qualité/prix.
- Un territoire résilient, en capacité à pallier le manque de neige.
- Un territoire de caractère avec une identité forte.
- Un territoire bénéficiant d'un excellent maillage de randonnée et d'un balisage de qualité.

Quels sont les manques actuels dans l'offre touristique ?

Les participants évoquent différents sujets complémentaires sur lesquels un travail est à engager :

- **Accessibilité** : l'offre de transport (bus) semble insuffisante pour garantir un service de qualité.
- **Animation** : l'offre après-ski n'existe pas ou peu et doit être développée très rapidement.
- **Communication** : la stratégie de communication de la station n'est pas assez intense sur les offres existantes (piste de luge, offre cyclo ...).
- **Aménagement** :
 - Les belvédères mériteraient d'être requalifiés pour permettre de renforcer l'attractivité de la station.
 - La présence d'une plus grande piste de luge [grisante] serait un plus pour la station (cible : ados / jeunes adultes).
- **Accueil** : les prestataires ont, pour certains, des lacunes en matière de langues étrangères, rendant plus complexe l'accueil de clientèles internationales.

Pour la suite ?

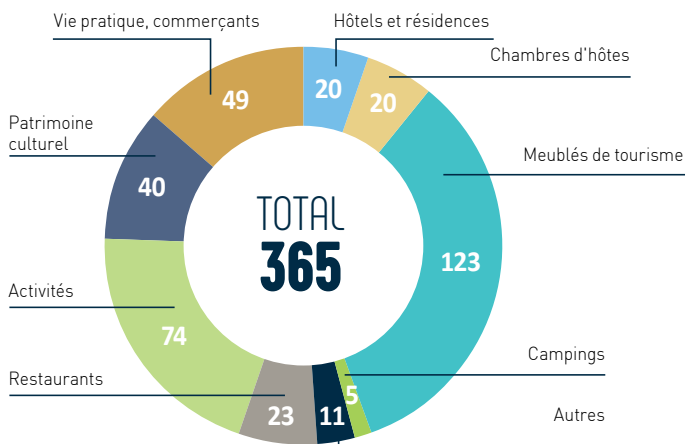
L'Office de Tourisme ambitionne de poursuivre le travail initié avec ses partenaires touristiques. Ces RT#1 ont permis d'engager des débats particulièrement intéressants et productifs entre les acteurs touristiques, les élus locaux et les techniciens de l'OT. Il est important d'inscrire ce travail collaboratif dans la durée et de s'assurer une construction conjointe de la future stratégie touristique.

2

DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS

L'Office de Tourisme a souhaité mettre l'accent sur sa relation avec ses partenaires socioprofessionnels et a travaillé en 2018 à la mise en place d'un nouveau système d'adhésion basé sur un partenariat plus simple, plus proche des besoins et du budget de chacun tout en offrant davantage de services.

Le nouveau guide du partenariat recense toutes les offres de services proposées par l'OT afin de développer sa promotion et son territoire. Il est téléchargeable sur le blog pro :



MERCI

à nos 365 partenaires
pour leur engagement
à nos côtés.

3

EDUCTOURS PRO

NOUVEAUTÉ 2018

L'accueil touristique et le conseil en séjour représentent dans nos métiers une mission de base prioritaire. Il apparaît donc indispensable pour tous les prescripteurs de séjour (hébergeurs, restaurateurs, sites touristiques, prestataires d'activités, personnels des Offices de Tourisme) de bien connaître l'offre touristique environnante pour garantir un accueil de qualité mais également des conseils personnalisés à l'ensemble des clientèles touristiques.

Pour ce faire, l'Office de Tourisme a proposé en 2018 un programme d'éductours (que l'on peut assimiler à des «voyages d'étude») à la découverte des sites touristiques de La Bresse.

8 dates ont été retenues en amont de la saison estivale et les participants ont eu le plaisir de découvrir et de tester les activités du parc Wiidoo Gliss, du nouveau Bois des Lutins chez Bol d'Air, des activités d'été à la station La Bresse Hohneck et du gyropode avec Pierre Mengin.



4 OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

Afin de pouvoir orienter sa stratégie touristique, l'Office de Tourisme a besoin d'avoir une vision claire et suivie de la typologie de ses clientèles.

Pour ce faire, un observatoire touristique a été mis en place en début d'année 2018 qui permet d'étudier de nombreuses données quantitatives et qualitatives et ainsi suivre l'évolution des comportements de la clientèle et de leur consommation. L'Office de Tourisme s'appuie également sur les données produites par les observatoires vosgien et lorrain du tourisme.

Les premières notes de conjoncture ont été réalisées en amont de la saison d'été 2018 et permettent depuis (et à chaque saison) de communiquer sur l'évolution de la fréquentation à l'Office de Tourisme, sur le web ou au sein de la centrale de réservation « La Bresse Tourisme ».

Origine



THP 5

5 LE NOUVEAU GUIDE DU ROUTARD HAUTES-VOSGES

À l'initiative des Pays de Remiremont et de Saint Dié, le groupe Hachette a édité un Guide du Routard spécial «Hautes Vosges» (Gérardmer, La Bresse, Remiremont, Bruyères, Saint-Dié des Vosges).

Ce guide a été réalisé avec la collaboration des Offices de Tourisme du territoire et met en avant les bons plans, toutes les informations utiles et autres bonnes adresses dans les Hautes-Vosges.

Il a été édité à 30 000 exemplaires et est diffusé dans les librairies du groupe Hachette en France ainsi que dans les Offices de Tourisme et chez les partenaires des Hautes-Vosges.

Il est disponible à tarif spécial pour les revendeurs ; plus d'infos à l'Office de Tourisme.



LA FILIÈRE "FAMILLE" AU CŒUR DE NOTRE STRATÉGIE

1 LE LABEL "FAMILLE PLUS"



L'Office de Tourisme poursuit l'animation du label « Famille Plus » et recrute chaque année de nouveaux candidats à la labellisation afin d'étoffer son offre de qualité.

En 2018, nous souhaitons la bienvenue à "Crins des Vosges" qui rejoint le club des 75 partenaires déjà labellisés.

La promotion autour de ce label est très active ; l'OT réédite tous les ans son **guide famille** qui reprend l'ensemble de l'offre de nos partenaires labellisés et le site Internet www.labresse.net dispose d'une entrée thématique sur sa page d'accueil.

2 LA FILIÈRE "MASSIF DES VOSGES EN FAMILLE"

Le développement de l'offre famille au cœur du Massif des Vosges se poursuit également. Cette filière très dynamique, pilotée par le Pôle Tourisme du Conseil Départemental des Vosges, comprend 8 stations du massif qui collaborent autour de projets communs.

En 2018, plusieurs actions ont été réalisées :

- **Un voyage d'étude à Moirans en Montagne (25)** dont les objectifs étaient d'étudier un événement famille à l'échelle d'une commune, un sentier thématique et une démarche d'observation de la clientèle.
- **Des ateliers pour les partenaires** sur "l'acquisition des fondamentaux famille" et sur "la communication et la promotion des offres famille".

- **Des ateliers « sites de visite »** pour développer une offre famille dans les musées et autres sites de visites.
- **Une réalisation et une mise en ligne d'offres d'activités** à pratiquer en famille avec des animaux, consultables sur www.massif-des-vosges.com/en-famille.htm
- La création de 9 expériences en famille proposées sur le site expérientiel <https://explore.massif-des-vosges.com>

TOUT NOUVEAU,
TOUT BEAU !

LE NOUVEAU VÉHICULE DE L'OFFICE DE TOURISME EST ARRIVÉ EN JUIN 2018.

Il s'agit d'un Dacia Duster aux couleurs vives et à l'image dynamique de notre territoire. Vous le croiserez certainement sur les routes lors de nos tournées de distribution de documents ou lors de nos déplacements professionnels.

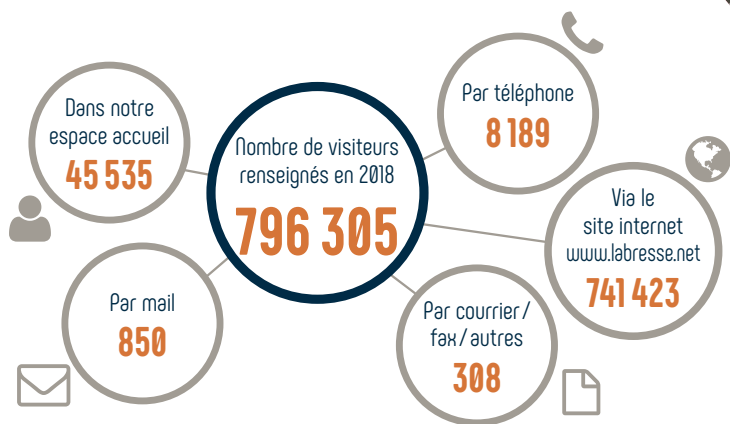


L'accueil du public est assuré par une équipe de conseillères en séjour, épaulées en haute saison par des saisonniers et des stagiaires.

Elles assurent la promotion de notre territoire et de nos partenaires grâce à un accueil de qualité 7j/7 en haute saison, soit plus de 2 436 heures consacrées à notre cœur de métier : le conseil en séjour.

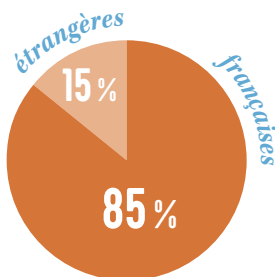
ACCUEILLIR, CONSEILLER ET PROMOUVOIR

LES CHIFFRES CLÉS DE 2018



NOS CLIENTÈLES

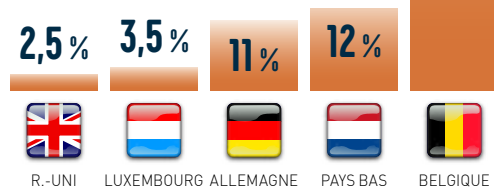
Origine des clientèles renseignées (hors web) :



TOP 5

des clientèles étrangères

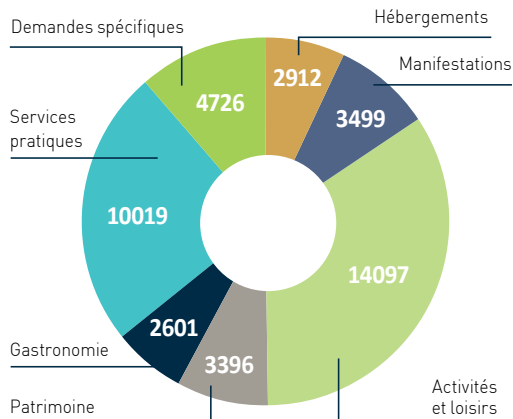
Les autres pays représentent les 5% restants.



DEMANDES PAR DÉPARTEMENTS



PRINCIPALES DEMANDES PAR THÉMATIQUES



Les demandes liées à l'hébergement sont principalement comptabilisées par La Bresse Réserve (voir chiffres page 20 et 21).

LE WEB

ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

ORIGINE DES CLIENTÈLES :

Origine France : 80% →

Grand Est : 45% →

Ile de France : 34% →

Hauts de France : 9% →

Bourgogne Franche Comté : 4% →

Auvergne Rhône Alpes : 2% →

Autres régions de France : 6%

Origine étrangère : 20% →

Belgique : 48% ↘

Allemagne : 12% →

USA : 13% ↗

Pays Bas : 7% →

Luxembourg : 7% ↘

Suisse : 5% →

Royaume Uni : 3% →

Australie : 1% ↗ (+1776%)

Autres pays : 4%

NOTA

La clientèle en provenance des USA, de l'Australie et du Royaume-Uni est en hausse grâce à la Coupe du Monde de VTT.

Entrée de l'Australie dans le TOP10 des clientèles étrangères.

Les chiffres clés du web

Le site Internet www.labresse.net :
741 423 sessions (+1 % par rapport à 2017)

Nombre de pages vues :
2 212 991 (-8 % par rapport à 2017)

Durée moyenne de la visite :
1,37 mn (-24 % par rapport à 2017)

TOP 10 DES RECHERCHES :

- 1 /la-bresse-webcam.html
- 2 /bulletin-neige.html
- 3 /la-bresse-locations-de-vacances.html
- 4 /la-bresse-webcams-ete.html
- 5 /la-bresse-hebergements-chalets.html
- 6 /la-bresse-complexe-piscine-loisirs.html
- 7 /coupe-du-monde-de-vtt-cross-country-et-descente-la-bresse-evenements-776002850.html
- 8 /la-bresse-ski-alpin.html
- 9 /la-bresse-agenda-animation.html
- 10 /la-bresse-hebergement.html

BLOG PRO: tourismelabresse.jimdo.com

Nombre d'articles parus : 70

RÉSEAUX SOCIAUX :

-  Nombre de fans Facebook : **10 465** (+10 %)
-  Nombre d'abonnés Twitter : **1 373** (+9 %)
-  Nombre d'abonnés Instagram : **1 180** (+38 %)
-  Nombre d'abonnés Pinterest : **112** (+8 %)
-  Nombre de vues Youtube : **7 300** (-7 %)

LES SOURCES :

moteur de recherche **76%**

sites référents **5,4%**

direct **17,6%**

réseaux sociaux **1%**

LES ÉDITIONS TOURISTIQUES

AGENDAS SAISONNIERS
DES MANIFESTATIONS



19 000 €H.



GUIDE PRATIQUE ÉTÉ
ET GUIDE PRATIQUE HIVER



46 000 €H.
ANNUEL



GUIDE FAMILLE



13 000 €H.
ANNUEL



8 000 €H.
ANNUEL

GUIDE DES HÉBERGEMENTS



10 000 €H.
ANNUEL

PLAN DE VILLE



LES OPÉRATIONS DE PROMOTION

L'Office de Tourisme poursuit son travail de promotion sur les marchés cibles en étroite relation avec ses partenaires institutionnels (SIVU Tourisme Hautes-Vosges, Conseil Départemental des Vosges, Massif des Vosges,...).

Local/Régional

Radio - France Bleu Nord Lorraine

Janvier

Préparation d'un contenu pour rubrique
« Combien coûte une journée de ski à La Bresse / Bon plan pour les familles / Présentation des activités hiver »

Émission "Qu'on se le dise" Via Vosges

5 diffusions entre le 21 et 22 mars

Présentation du Salons Vins et Terroirs 2018

Journal TV - France 3 Lorraine

Avril

Bilan saison hivernale

Insertion dans le NORDIC Mag'

Février et décembre

(Pilotage SIVU Tourisme)
Promotion des activités nordiques

France

Accueil bloggeuse "Maman Voyage"

1^{er} et 2 février

(pilotage OT + CD88)

Salon du randonneur - LYON

23 au 25 Mars

(pilotage SIVU Tourisme)
Promotion des Hautes-Vosges

Accueil presse - Paris Match

11 avril

(pilotage OT + CD88)

Accueil bloggeuse "One Two Trips"

21 au 27 juillet

Activités à faire en famille

Accueil journaliste "La Provence" & "Food & Sens"

12 juillet

(pilotage OT + CD88)
Nouveautés à La Bresse



LANCEMENT DE LA SAISON HIVERNALE

Opération spéciale pour le "Ski Pass Massif des Vosges"

(Pilotage SIVU Tourisme/Massif
des Vosges)

Promotion des stations de ski :

- Spot TV sur la chaine francophone RTBF
- Belgique
- Sport radio sur RTL BE - BELGIQUE
- Achat d'espace publicitaire sur le
magazine "Montagne des Vosges"
- Communication réseaux sociaux

Accueil bloggeuse "On met les voiles"

20 et 21 août

(pilotage OT/SIVU Tourisme/France
Montagnes)

Accueil journaliste Magazine "Pleine Vie"

2 octobre

(pilotage OT + Massif des Vosges)
Balade et découverte culturelle

Reportage vidéo pour France Montagnes et les chaînes : Gulli, M6, l'Équipe

30 et 31 août

(pilotage SIVU Tourisme/
France Montagnes)

Conférence presse - PARIS

22 et 23 novembre

(pilotage SIVU Tourisme)
Lancement de la saison hivernale





LES OPÉRATIONS DE PROMOTION (SUITE)



Belgique

Salon Vert Bleu Soleil - Liège

8 au 11 Février

(piloteage SIVU Tourisme)
Promotion des Hautes-Vosges

Rencontre presse – Bruxelles

26 mars

(piloteage SIVU Tourisme/France Montagnes)
Lancement de la saison estivale

Magazine belge "Libelle"

Mai

(piloteage Massif des Vosges)
Publi-rédactionnel 12 pages avec
présentation des territoires "Famille"

Rencontre presse – Anvers

4 septembre

(piloteage SIVU Tourisme/France Montagnes)
Opération 100% Snow et lancement
de la saison hivernale

Campagne Radio BEL RTL

Novembre

(piloteage Massif des Vosges)
Spots Massif des Vosges (32 diffusions)
+ jeu concours

Campagne TV RTBF / La Une / AB

1^{er} au 9 décembre

(piloteage Massif des Vosges)
Spot TV de 20 sec – 38 diffusions



Pays-Bas

Accueil presse et blogueurs

14 au 17 mars

(piloteage SIVU Tourisme/France Montagnes)
Promotion des Hautes-Vosges

Rencontre presse – Amsterdam

28 mars

(piloteage SIVU Tourisme/France Montagnes)
Lancement de la saison estivale



Royaume-Uni

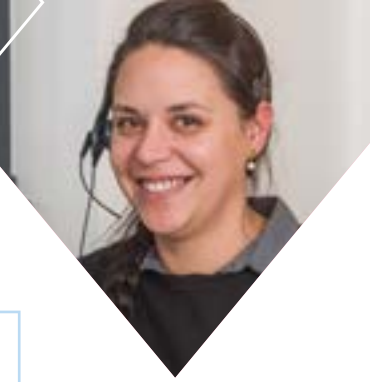
Salon France Show – LONDRES

26 au 28 Janvier 2018

(piloteage SIVU Tourisme)
Promotion des Hautes-Vosges

The image shows a rustic wooden interior, likely a cabin or lodge. The ceiling and walls are made of dark wood with exposed beams. In the foreground, there are two beds with white linens and a red patterned blanket. In the background, there is a dining table with a white tablecloth and wooden chairs. A window with a view of greenery is visible. The entire scene is overlaid with a large white diamond shape that contains the word 'COMMERCIALISER' in bold, dark blue, uppercase letters. The diamond is centered and has a slight shadow effect. The background image is slightly blurred and has a warm, cozy atmosphere.

COMMERCIALISER



LES CHIFFRES CLÉS:

CA TOTAL RÉALISÉ EN 2018:

DONT VENTE DE PRODUITS
BOUTIQUE ET D'ACTIVITÉS

▲ (+1%) **41 887,13 €**

633 206 € TTC ▲ (+1,13%)

DONT VENTE D'HÉBERGEMENTS

564 399 € ▼ (-4%)

NOTA

La différence des 26 919,87 € concerne la vente des produits espace forme et pack nordique non comptabilisée dans ce rapport.

La **durée moyenne** constatée des séjours en meublé de tourisme est de

7 NUITS (61%)

(-1 point par rapport à 2017).

Les **courts séjours** représentent près de

32%

(+2 points par rapport à 2017)

de nos réservations
[12% pour 2 nuits,
10% pour 3 nuits
et 6% pour 4 nuits].

Les **séjours de 14 nuits et plus** ne représentent que

7%

de nos réservations
(+1 point par rapport à 2017).

NOMBRE DE DEMANDES ENREGISTRÉES PAR LE SERVICE:

5 274 ▼ (-15%)

dont **4 587** appels
téléphoniques

▼ (-17%)

dont **687** personnes
accueillies dans
nos bureaux



NOMBRE DE DOSSIERS TRAITÉS:

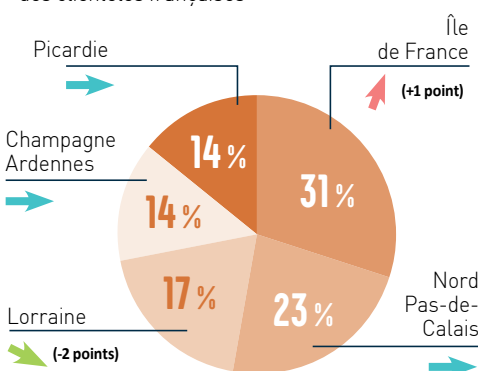
2 737 ▼ (-8%)

Nombre de dossiers ayant
abouti à une réservation :

1 230 ▼ (-5%)

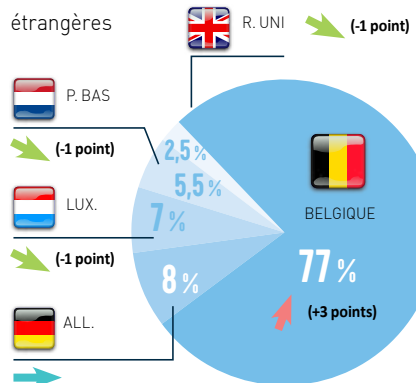
TOP 5

des clientèles françaises



TOP 5

des clientèles étrangères





L'OT AU SERVICE DES HÉBERGEURS

**NOMBRE DE VISITES
" CONSEIL " RÉALISÉES
EN 2018 :**

12

(dont 5 ont adhéré)

**NOMBRE DE VISITES DE
CLASSEMENT EFFECTUÉES
PAR DES ORGANISMES
AGRÉÉS ET POUR
LESQUELLES
L'OT ÉTAIT ASSOCIÉ :**

15

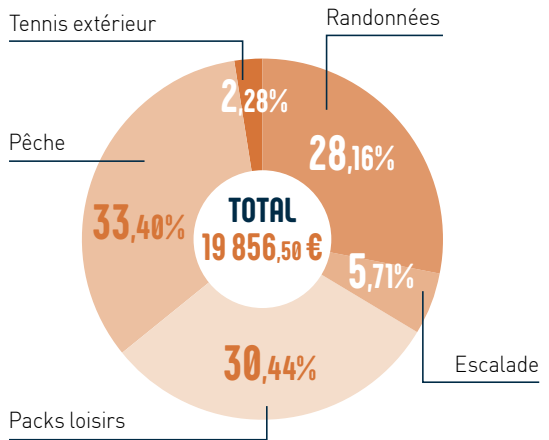
Le service hébergement gère également les déclarations de location des meublés de tourisme.

En 2018, **79 nouvelles locations** ont été enregistrées par l'Office de Tourisme.

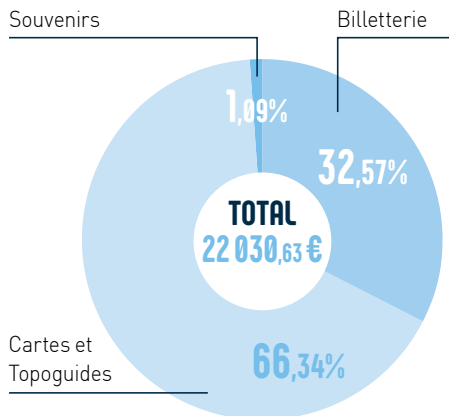


LA BOUTIQUE DE L'OT

Ventes d'activités :



Ventes Boutique :





ANIMER

Le Festival d'Anicé

NOUVEAUTÉ 2018

En 2017, le label Famille Plus a souhaité renforcer son cahier des charges sur le volet animation et a demandé aux communes labellisées comme La Bresse de s'inscrire dans une politique de développement de l'animation.

L'objectif est de proposer un évènementiel marqué « famille » avec un contenu réfléchi et adapté à toutes les tranches d'âge, en laissant libre choix à la station de définir la période de mise en place.

C'est ainsi que le 1^{er} Festival d'Anicé a vu le jour à l'été 2018.

Cette 1^{ère} édition s'est déroulée les 15, 16 et 17 août sur le parvis de La Maison de La Bresse.

Au programme : entre 3 et 4 ateliers par jour (les après-midis entre 14h30 et 17h30), sur plusieurs thématiques (scientifique, artistique, jeux...) avec en fin de journée un spectacle pour les familles.

Une fréquentation jugée correcte pour cette première édition avec quelques 300 participants pour le 1^{er} spectacle.

L'objectif pour les années à venir est donc de maintenir cet évènement et de le développer afin qu'il puisse devenir un évènementiel structurant pour le territoire en y associant les forces vives de la commune.



Salon Vins et Terroirs

L'Office de Tourisme a organisé la 18^{ème} édition du salon "Vin et Terroir" du 23 au 25 mars 2018.

Une fréquentation en baisse par rapport à 2017 avec 1 574 visiteurs enregistrés (-11 %).

Présents :

14 viticulteurs

16 producteurs locaux

Les nouveautés en termes d'animation ont rencontré un succès non négligeable :

- Les démonstrations culinaires proposées par le restaurant Le Diamant de La Bresse ont attiré un bon nombre de visiteurs le samedi et le dimanche.
- Un jeu autour de la découverte des vins proposé par l'association Cook Event a permis aux visiteurs d'aller à la rencontre des exposants et d'en apprendre davantage sur leurs produits.

La présence de nos amis belges de la Province du Luxembourg et de la ville de Durbuy a permis aux visiteurs de découvrir et de déguster leurs spécialités locales.

Un accent a été mis en 2018 sur la communication : nouvelle charte graphique, nouveau dépliant, communication accentuée sur les réseaux sociaux, etc...





Semaine du goût #2

La 2^{ème} édition de la Semaine du Goût à La Bresse a eu lieu du 8 au 14 octobre.

10 restaurateurs, 3 commerçants et 2 associations locales ont répondu présent à l'invitation de l'Office de Tourisme et ont proposé des menus spécialement élaborés, des dégustations de produits et des animations autour du goût. Dans l'ensemble, nos partenaires se sont dit très satisfaits de l'organisation et de la communication qui a été faite autour de cet évènement.

Au total, **plus de 270 menus du goût ont été vendus en 7 jours**. Les dégustations et les animations ont attiré plus d'une centaine de personnes au total.

Les partenaires ont fait le constat positif suivant :

- Une **bonne communication** sur une période creuse
- Une **communication importante et visible** (certains ont été agréablement surpris des retombées)
- L'importance de **se faire connaître auprès d'un nouveau public** pour certains
- La possibilité de **sensibiliser les clients** au plaisir de découvrir de nouvelles saveurs
- Une **belle mise en valeur** des produits du terroir
- La **satisfaction de la clientèle** grâce à ce nouvel évènement

Cependant, ils regrettent que cette semaine soit assez mal située sur le calendrier (peu de clientèle locale et absence des touristes à cette période) ; pourtant elle reste source d'attrait. Les brochures devraient être imprimées en plus grande quantité car elles partent très vite.

L'Office de Tourisme avait renforcé sa communication (affichage de bord de route, impression d'une brochure promotionnelle et d'affiches, emailings, réseaux sociaux, émissions radio...). La conférence de presse s'était tenue le vendredi 28 septembre aux Cuvées Vosgiennes.

Accueils des vacanciers

Les accueils vacanciers ont été reconduits pendant les vacances scolaires d'été et d'hiver :

- **Pendant les vacances d'hiver** (février-mars), les lundis de 18h à 20h aux abords de la patinoire en partenariat avec l'association des commerçants Altytud 630.
- **En été** (juillet-août), tous les lundis matin du 9 juillet au 27 août de 10h à 12h sur le parvis de l'Office de Tourisme. L'Association "Les Toujours Jeunes" de La Bresse a prêté main forte pour accueillir au mieux les vacanciers, sur un air de musique et dans une ambiance conviviale.
- **Pendant les vacances de Noël/Nouvel An**, l'Office de Tourisme était présent les dimanches 23 et 30 décembre de 10h à 12h au cœur du Marché de Noël, place du Champstel.

Les partenaires socioprofessionnels (prestataires d'activités, sites de visite...) étaient conviés et ont pu proposer aux visiteurs tout un programme de visites et d'activités à faire pendant leurs vacances.





L'ÉQUIPE DE L'OT

L'ÉQUIPE DE L'OFFICE DE TOURISME À VOTRE SERVICE

PRESIDENCE ET DIRECTION GENERALE OT

Nicolas REMY Président

Maryvone CROUVEZIER Hervé PIERREL Ludovic CLAUDEL

Vice-Présidente Vice-Président Vice-Président

Philippe POIROT Directeur

☎ 03 29 25 70 01
directeurtl@labresse.fr

DIRECTION OT

Julie GROB Responsable de l'Office de Tourisme

☎ 03 29 25 70 04
julie.grob@labresse.fr

PÔLE ACCUEIL – INFORMATION – GESTION DE L'INFORMATION

Carole COURTOIS Conseillère en séjour

Chargée de l'observatoire touristique

☎ 03 29 25 41 29
infodoc@labresse.fr

Séverine MOUGEL Conseillère en séjour - Chargée de

la base de données régionale SITLOR

☎ 03 29 25 41 29
infoweb@labresse.fr

Danielle QUENOT Conseillère en séjour

☎ 03 29 25 41 29
accueil@labresse.fr

PÔLE PROMOTION – COMMUNICATION – ETOURISME

Léonie POIROT Chargée de promotion et des relations

presse - Référente Qualité et Famille Plus

☎ 03 29 25 41 29
promotion@labresse.fr

Isabelle TUAILLON Chargée de communication

et des partenariats

☎ 03 29 25 70 05
partenariat@labresse.fr

Françoise NIEDERKORN Chargée du Etourisme

CAHON

Animatrice Numérique de Territoire

☎ 03 29 25 41 29
etourisme@labresse.fr

PÔLE COMMERCIALISATION ET RELATIONS HÉBERGEURS

Gaëlle CLEMENT Chargée de commercialisation

et des relations hébergeurs - Suivi des

dossiers de classements touristiques

☎ 03 29 25 37 38
classements@labresse.fr

Aurélie AIZIER Bon vent à Aurélie qui a quitté ses fonctions à l'OT au 15/07/19

pour vivre de nouvelles aventures professionnelles hors du département

PÔLE FINANCES ET TAXE DE SÉJOUR

Edith GEHIN

☎ 03 29 25 70 03
financeotl@labresse.fr

PÔLE ADMINISTRATIF

Benjamine GENET

☎ 03 29 25 70 02
tourisme@labresse.fr

COMPOSITION

DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'OTL AU 31/12/18

Collège « élus »

ARNOULD Hubert	Maire	
CLAUDEL Ludovic	Conseiller municipal	Vice-Président
CROUVEZIER Maryvone	Adjointe au Maire	Vice-Présidente
GIRARD Alexandra	Conseillère municipale	
DUTHION Jean-Pierre	Conseiller municipal	démissionnaire au 19/02/19
LEJEUNE Nelly	Conseillère municipale	
MOREL Fabienne	Conseillère municipale	
POIROT Loïc	Conseiller municipal	
RABANT Nadia	Conseillère municipale	
REMY Nicolas	Adjoint au Maire	Président

Collège « socioprofessionnels »

REPRÉSENTANTS DES ASSOCIATIONS SPORTIVES ET CULTURELLES

BORY Arnaud	MLC
DUMAINE Gérard	Association sportive

REPRÉSENTANTS DES COMMERÇANTS/ ACTIVITÉS LOISIRS DE PLEIN AIR

CLAUDON Laurence	Association des commerçants
LAURENT Régis	Activité loisirs de plein air

REPRÉSENTANT DES STATIONS DE SKI/ REMONTÉES MÉCANIQUES

CLAUDEL Nicolas	Station La Bresse Hohneck
------------------------	---------------------------

REPRÉSENTANTS DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

MAZO Simon	Centre de vacances	
PHILIPPE Marcelle	Loueur de meublés	
PIERREL Hervé	Hôtelier	
REY Roger	Loueur de meublés	Vice-Président



OFFICE DE TOURISME DE LA BRESSE

2A rue des Proyes – 88250 LA BRESSE

 +33 (03) 29 25 41 29

TOURISME@LABRESSE.FR

www.labresse.net

LA BRESSE RÉSERVATION

 03 29 25 37 38

RESA@LABRESSE.FR

www.labresse.net

Mentions légales :

Éditeur :

Office de Tourisme et Loisirs
de La Bresse
2A rue des Proyes
88250 LA BRESSE
Tél. 03 29 25 41 29
tourisme@labresse.fr
www.labresse.net

SIRET : 28880002200015 – APE : 7911Z

Directeur de la publication :

Nicolas REMY, président

Rédaction : Julie GROB

Conception : HYOGEN CRÉATION

Brochure éditée à 500 exemplaires.

Crédit photos : Michel Laurent, Marc Fulgoni,
Billiotte/Labellemontagne, Bol d'Air, INFRA
Massif des Vosges, OTL, MaximeH/La Table
d'Angèle, Crins des Vosges

Ne pas jeter sur la voie publique.

Reproduction, même partielle,
interdite. Informations arrêtées au
01/06/19.



LABRESSE
MASSIF DES VOSGES
Service de Tourisme