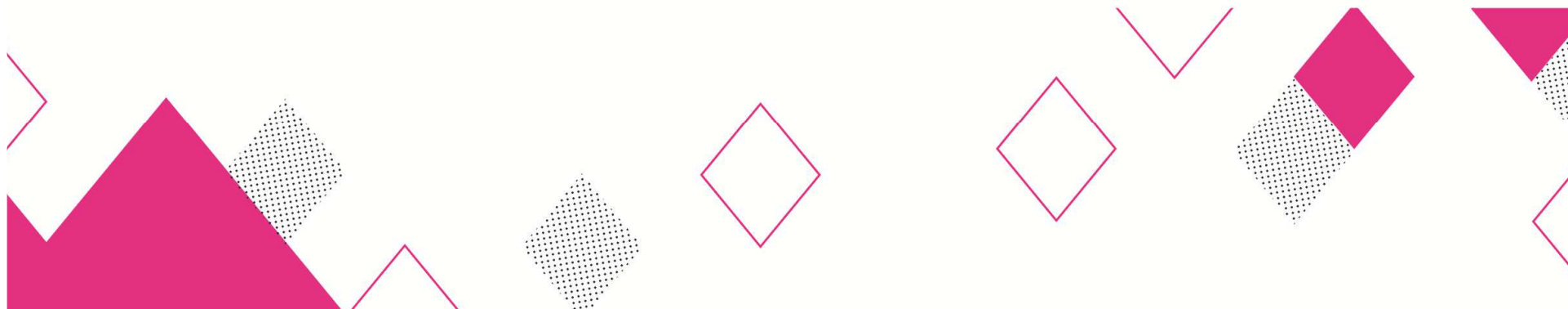




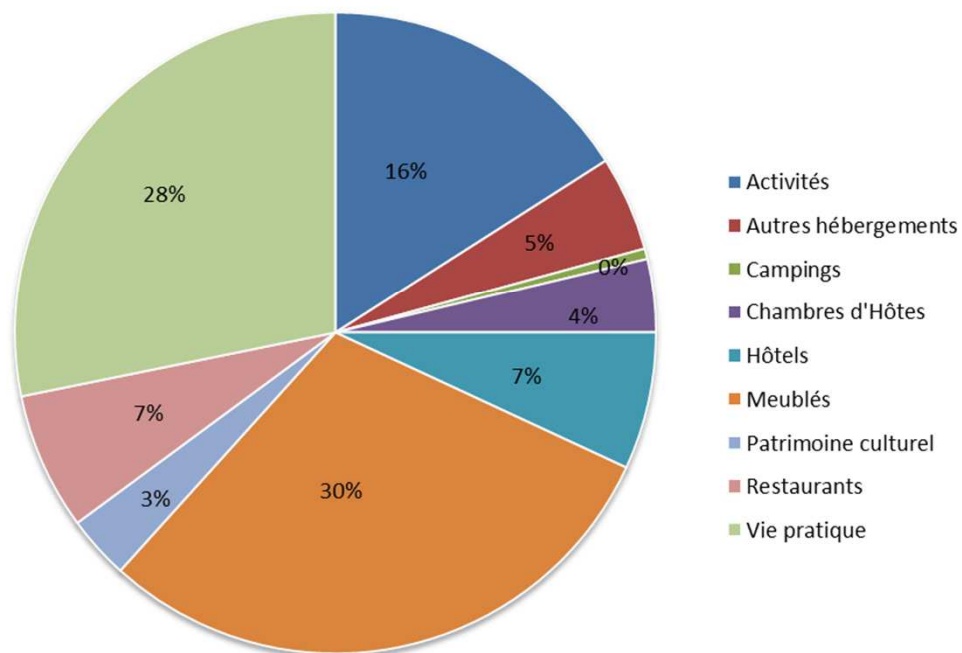
Rapport d'activités 2016

Office de Tourisme de La Bresse



Mission « FEDERER »

Adhérents à L'Office de Tourisme de La Bresse en 2016



En 2016, l'Office de
Tourisme comptait
391 adhérents
(baisse de 30% par rapport à 2015)

Mission « FEDERER »

Les outils à la disposition de nos adhérents

SITLOR, base de données régionale utilisée par tous les Offices de Tourisme du Département, nous permet de recenser toute l'offre touristique du territoire (hébergement, restauration, activités et sites touristiques, manifestations, commerces, services....).

Notre base de données au niveau local **recense plus de 900 fiches** et **alimente près de 80 sites Internet** à travers la région (ex. sites Internet OT, SIVU, sites Internet des institutionnels du tourisme du département, de la région et du Massif des Vosges, sans oublier le site Internet de la fédération nationale www.tourisme.fr).

Cette base de données sert également à **alimenter les éditions** telles que les agendas des manifestations de l'Office de tourisme, les brochures éditées par Vosges Développement et le CRT Lorraine, certains journaux (Echos des Vosges, Gazette du Sud des Hautes-Vosges...., le carnet du Parc naturel régional des Ballons des Vosges,...

Quelques applications et des bornes interactives sont également développées et utilisées par des membres SITLOR (Offices de Tourisme,...).

Une information précise et complète est donc indispensable pour communiquer vers nos clientèles. Aussi, nous contactons plusieurs fois par an l'ensemble de nos partenaires pour disposer d'informations fiables et à jour.

Mission « FEDERER »

Les outils à la disposition de nos adhérents

Grâce à un **outil « marque blanche » ou widget**, nos prestataires peuvent intégrer des listes de fiches sur leur site Internet : le bulletin neige, les manifestations à venir, une liste de restaurants, les commerces et services de la commune, les possibilités de logements à proximité d'un site touristique...

Le principal avantage de cet outil est son automatisation : plus de saisies fastidieuses, des informations mises à jour régulièrement, un affichage personnalisé...

Mission « FEDERER »

Les outils à la disposition de nos adhérents

Nos prestataires d'hébergement ont également la possibilité d'adhérer à la **centrale de réservation**.

Cet outil professionnel permet un suivi précis des dossiers et des contrats réalisés par l'hébergeur, une gestion de son planning et de ses promotions et une réservation en ligne 24h/24, 7j/7.

Grâce à cette adhésion, le prestataire bénéficie d'une visibilité importante sur le site Internet de l'Office de Tourisme www.labresse.net qui recense à l'année plus de 850 000 sessions ainsi que d'une présence dans le guide des hébergements.

Mission « FEDERER »

Les outils à la disposition de nos adhérents

Le **blog** professionnel de l'Office de Tourisme <https://tourismelabresse.jimdo.com> permet d'informer au quotidien nos partenaires sur des thématiques diverses : actualité et organisation de l'OT, veille touristique, outils à disposition, infos sur le label Famille Plus,...

Le **guide du partenariat**, diffusé à l'ensemble de nos partenaires, est une nouveauté 2016. Il permet une compréhension plus directe des différentes missions de l'Office de Tourisme et des actions engagées en faveur de nos partenaires.

Le **rapport d'activités** que vous parcourez actuellement participe aux mêmes enjeux : rendre nos actions plus lisibles et plus compréhensibles par tous et contribuer au développement touristique commun de notre territoire.

Mission « FEDERER »

Les outils à la disposition de nos adhérents

L'équipe de l'Office de Tourisme travaille tout au long de l'année à l'édition de nombreuses brochures à destination de la clientèle touristique ; ces brochures, disponibles gratuitement à l'Office de Tourisme, sont également **distribuées à « domicile »** chez nos adhérents lors de tournées plusieurs fois dans l'année.

L'Office de Tourisme poursuit sa mission d'accompagnement dans le cadre des **démarches de classement** des hébergements touristiques en partenariat avec les structures départementales. En 2016, 35 propriétaires ont été accompagnés (visite de pré-classement et/ou visite de classement/labellisation avec l'UDOTSI).

Le Service Hébergement gère également les dossiers de **déclarations de nouveaux hébergements** touristiques pour le compte de la commune ; en 2016, 59 nouveaux hébergements ont été déclarés.

Mission « FEDERER »

La famille, au cœur de notre stratégie !

Le Label famille Plus

Forte de sa volonté de développer l'accueil des familles sur le territoire, la commune de La Bresse a rejoint le club des stations de montagne labellisées « Famille Plus » en 2011.

Ce label national qualifie l'accueil et les prestations aux familles et s'engage à tout faire pour leur assurer des vacances réussies.

L'Office de Tourisme, mandaté par la commune de La Bresse pour assurer la gestion et le suivi de ce label, effectue un travail quotidien pour garantir le maintien de ce label ; il effectue un travail régulier d'animation sur le terrain permettant notamment une amélioration et une adaptation constante de l'accueil et de l'offre destinée aux familles.

On recense, en 2016, **59 partenaires labellisés** (184 hébergements, 9 restaurants, 21 prestataires d'activités et commerçants).

Mission « FEDERER »

La famille, au cœur de notre stratégie !

Massif des Vosges en famille

Dans le cadre de la stratégie de développement touristique du Massif des Vosges, l'OT a également souhaité s'engager dans la filière "Massif des Vosges en famille" aux côtés de 7 autres stations du Massif. L'objectif de cette filière (pilotee par le Conseil Départemental des Vosges) est de recenser, structurer, développer et valoriser l'offre en direction des familles, afin de faire du Massif des Vosges, une destination "famille" à part entière, hiver comme été.

En 2016, plusieurs actions ont été réalisées :

- **Actions collectives** : réalisation de fiches balades à faire en famille et réalisation de jeux de piste, participation au salon KidExpo à Paris, travail sur le nouveau portail Internet « en famille » du Massif des Vosges, newsletter, relations presse.
- **Actions individuelles** : formation de partenaires pour la réalisation de balades ludiques.

Mission « FEDERER »

L'offre cyclo

Il était important, après le succès de la Coupe du Monde de VTT et au vu d'une pratique du vélo en plein essor, de se concentrer sur le développement de l'offre cyclo.

Aussi, l'Office de Tourisme s'est associé au projet du SIVU Tourisme pour la mise en place d'un label Cyclotourisme sur le secteur des Hautes-Vosges.

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

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

Elles assurent la promotion de notre territoire et de nos partenaires : sites touristiques et prestataires d'activités, lieux de visite, hébergeurs, restaurateurs, commerces, services...

Un accueil de qualité 7j/7 en haute saison, soit plus de **2350h** consacrées à notre cœur de métier : **le conseil en séjour**.

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

Les chiffres clés de 2016

Nombre de visiteurs renseignés en 2016 : **921 884**

- Au guichet : 49 335
- Par téléphone : 7 002
- Par mail : 891
- Par courrier/fax/autres : 227
- Via le site Internet www.labresse.net : 864 429

Origine des clientèles renseignées (hors web):

- françaises : 49 701 (87%)
- étrangères : 7 754 (13%)

Mission « ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

Les chiffres clés de 2016

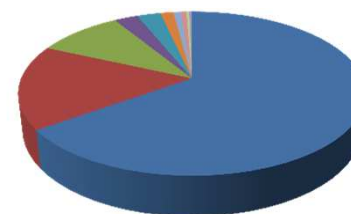
Demandes par départements

Source : OFFICE DE TOURISME DE LA BRESSE du 01/01/2016 au 31/12/2016



TOP 10 des clientèles étrangères

- Belgique
- Pays-Bas
- Allemagne
- Royaume-Uni
- Luxembourg
- Suisse
- Espagne
- Canada
- Italie
- Danemark

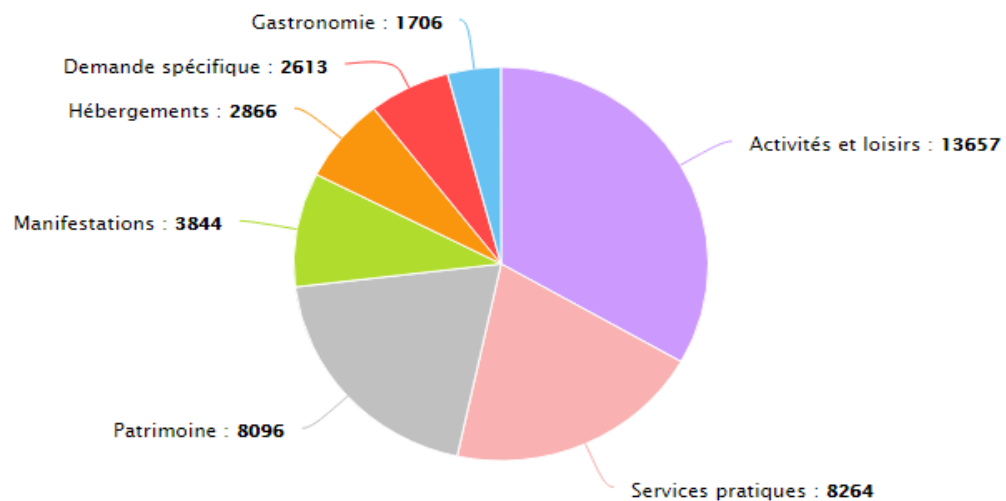


Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

Demandes par thématiques : générales

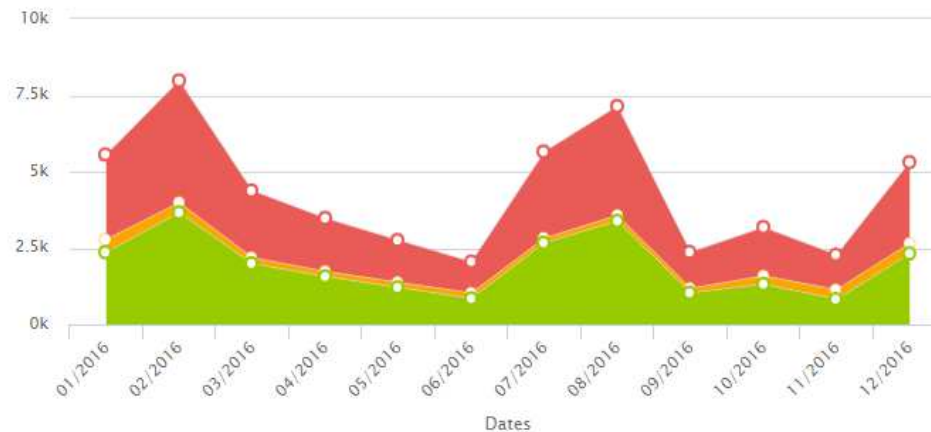
Source : OFFICE DE TOURISME DE LA BRESSE du 01/01/2016 au 31/12/2016



Les chiffres clés de 2016

Evolution du nombre de demandes et personnes

Source : OFFICE DE TOURISME DE LA BRESSE du 01/01/2016 au 31/12/2016



Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES EDITIONS TOURISTIQUES

Nouveauté : le **guide pratique hiver**

Afin d'améliorer la communication à destination du grand public en toute saisonnalité, le guide pratique a été scindé en 2 versions : une **version été** et une **version hiver**.

Cette démarche a notamment permis aux socioprofessionnels d'être plus lisibles dans chacune des versions du guide. Une nouvelle conception graphique a également été prévue afin de dynamiser et moderniser ce guide.

Edité à 29 500 ex. en 4 langues (F, NL, D, E) – parution hiver 2016-2017

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES EDITIONS TOURISTIQUES

Nouveauté : le **guide famille**

Dans le cadre du développement de l'offre famille, il paraissait judicieux d'éditer un guide à destination des familles.

Cette brochure recense toute l'offre labellisée Famille Plus : activités, visites, découvertes, gastronomie, hébergements,...

Edité à 30 000 ex. – parution juin 2016-juin 2017

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES EDITIONS TOURISTIQUES

Mais également...

- le **guide des hébergements**, édité à 9 000 exemplaires
- le **plan de ville** édité à 20 000 exemplaires
- l'**agenda** des manifestations, envoyé chaque semaine par emailing à l'ensemble des clients critérisés et distribué chez les commerçants partenaires du centre-ville

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES EDITIONS TOURISTIQUES

Les éditions réalisées en partenariat avec le SIVU TOURISME

- **La carte touristique des Hautes-Vosges** : cette carte a été réalisée sous forme de blocs sous-mains de format A3 recto-verso : sur le R° la carte de situation des Hautes-Vosges, sur le V° la carte du massif des Vosges
- Réédition du **dépliant Hautes-Vosges VTT**
- Mise à jour du **dépliant sur les activités nordiques**
- Réimpression des **circuits ludiques RandoLand**

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

WEB et RESEAUX SOCIAUX

Site Internet V2

Le site Internet www.labresse.net a fait peau neuve en 2016.

Doté d'un design plus moderne, il a été conçu en web responsive design pour permettre une meilleure lisibilité sur tous types de supports numériques. Il fait une part belle aux grands visuels, des moteurs d'affinage ont été mis en place ainsi que des entrées thématiques et par cible.

Autre nouveauté, le mur social en bas de page d'accueil reprend les derniers post Facebook, Tweeter, Instagram, Flickr, YouTube,...

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

WEB et RESEAUX SOCIAUX

Les chiffres clés du web

Le site Internet www.labresse.net : 864 429 session (+5% par rapport à 2015)

- Nombre de pages vues : 3 150 138
- Durée moyenne de la visite : 2'50mn
- Origine des clientèles :
- Origine France : 82%
- Origine étrangère : 18%

Mission

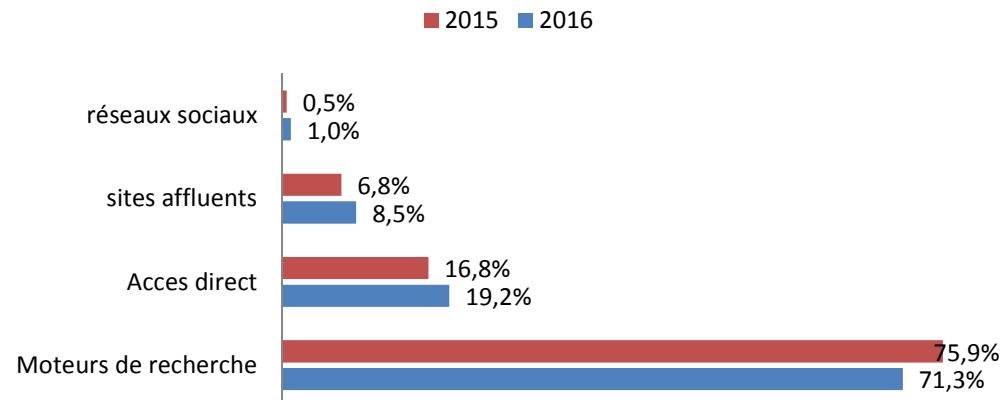
« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

WEB et RESEAUX SOCIAUX

TOP 5 des recherches :

- Consultation des webcams
- Consultation du bulletin neige
- Activités neige (luge, traineau)
- Moteur de recherche de la centrale de réservation
- Présentation des locations de vacances (sur la partie hivernale du site)

Sources

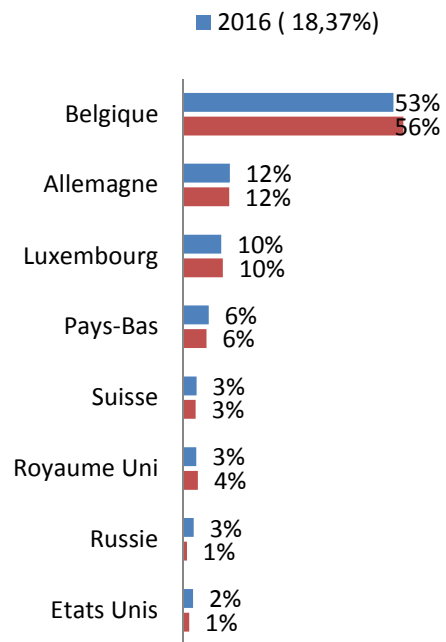


Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

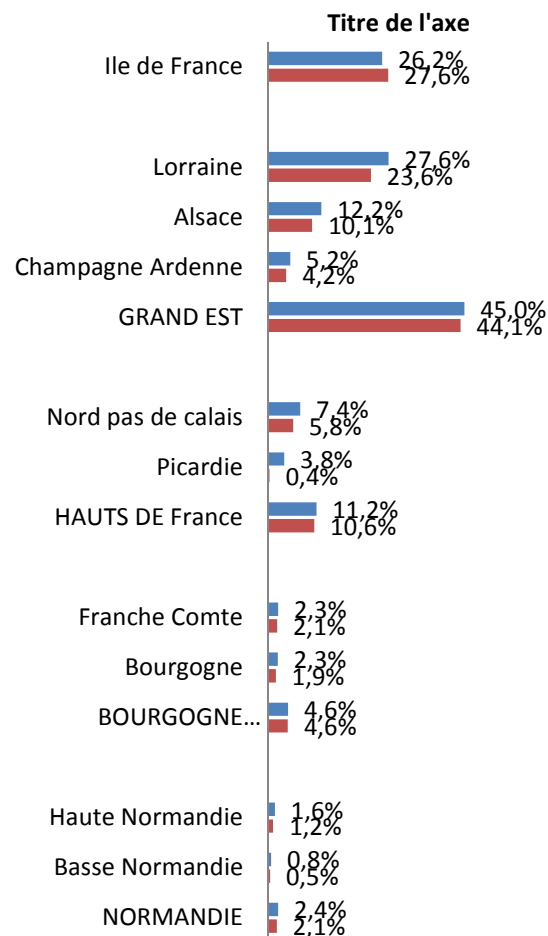
WEB et RESEAUX SOCIAUX

Origine ETRANGER



Origine FRANCE

■ 2015 (81%) ■ 2016 (82%)



Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

WEB et RESEAUX SOCIAUX

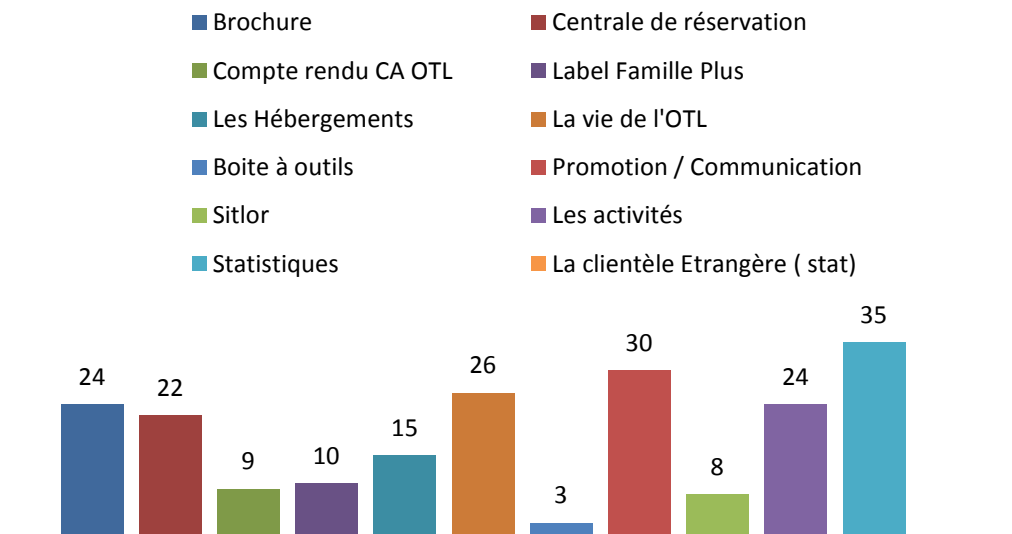
Le blog de l'OT :

Le site
« tourismelabresse.jimdo.com »
a été mis en ligne en avril 2015.

En 2016, 154 articles ont été
publiés.

Les thématiques abordées
concernent principalement les
données statistiques et la
promotion de la destination La
Bresse Hautes-Vosges.

Thématiques des billets publiés sur le Blog Pro "tourismelabresse.jimdo.com"



Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

WEB et RESEAUX SOCIAUX

La page **Facebook** de l'OT comptait 7800 fans en fin d'année 2016 (+32%); le nombre d'abonnés Twitter s'élève à 1025 Followers, **Instagram** 405 abonnés et **Pinterest** 81 abonnés.

Notre chaîne **YouTube** a été vue plus de 5600 fois et **Dailymotion** près de 1500 fois.

L'Office de Tourisme diffuse également des **spots publicitaires** sur les écrans situés aux caisses du Super U de La Bresse depuis 2011 par le biais de la Société HISID.

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES OPERATIONS DE PROMOTION

SALONS ET WORKSHOPS

L'OT est engagé aux côtés du SIVU Tourisme pour assurer la promotion des Hautes-Vosges.
En 2016, l'OT a participé (ou a été représenté) à 8 salons grand public :

Sur le marché français :

- Tourissimo à Strasbourg en janvier
- Tendance Nature à Reims en mars
- Salon du randonneur à Lyon en mars
- Kidexpo à Paris en octobre
- Saint-Germain des Neiges en novembre

Sur le marché étranger :

- France Show à Londres en janvier
- Salon des vacances à Bruxelles en février
- Fête Française à Düsseldorf en juillet

Mission « ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES OPERATIONS DE PROMOTION

En partenariat avec le SIVU TOURISME et le CRT Lorraine

Campagne de promotion « Chez Lorraine » :

- Campagne sur la destination Hautes-Vosges axée sur les cibles « famille » et « grands voyageurs ».
- Réalisation d'une vidéo drone
- Carte postale « Voyages en Lorraine »
- Jeu « Se prendre au jeu en Lorraine »

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES OPERATIONS DE PROMOTION

En partenariat avec le SIVU TOURISME

Insertion pleine page dans le NORDIC Mag' :
Promotion des activités nordiques en février et octobre

Publi-reportage dans le magazine de la Fédération Francophone Belge de Cyclotourisme :
Promotion de la destination Hautes-Vosges « terre de vélo » et promotion de la coupe du monde de VTT à La Bresse

Insertions dans le magazine « Femme Actuelle » :
Secteur Grand-Est en janvier (promotion de la destination Hautes-Vosges)
Secteur Franche-Comté, Bourgogne et Lorraine en novembre (promotion des stations de ski)

Campagne d'affichage :
Sur les arrières de bus du Grand Dijon pendant 3 semaines en novembre (promotion des stations de ski)

Campagne radio sur la Bourgogne :
2 semaines de 50 spots en novembre (promotion des stations de ski)

Mission

« ACCUEILLIR, CONSEILLER, PROMOUVOIR »

LES OPERATIONS DE PROMOTION

RELATIONS PRESSE

L'OTL est régulièrement sollicité par les médias (presse écrite, radios, TV) pour promouvoir le territoire et mettre en avant ses partenaires.

En 2016, une trentaine d'interviews ont été réalisés (tous médias confondus) représentant une contre-valeur publicitaire non négligeable.

Jeu France Bleu

L'Office de Tourisme a participé aux jeux de l'été de France Bleu, sur le secteur Lorrain mais également Alsacien. L'objectif était de promouvoir notre territoire et de faire gagner les lots aux auditeurs. L'Office de tourisme tient à remercier sincèrement les partenaires participants pour ces très belles dotations.

Mission « ANIMATION »

Salon des vins

L'Office de Tourisme a organisé le Salon des vins et découverte des terroirs du 1^{er} au 3 avril 2016.

Une fréquentation stable par rapport à 2015 (environ 1450 visiteurs, présence de 18 viticulteurs et 5 producteurs locaux).

Mission « ANIMATION »

Accueils des vacanciers

Les accueils vacanciers ont été organisés les lundis à 18h pendant les vacances de février et durant l'été ; ils ont permis d'accueillir quelques 800 vacanciers pour leur présenter les attraits touristiques de La Bresse et leur proposer des activités et visites à faire pendant leurs séjours.

La tendance à la baisse de fréquentation se confirme malheureusement encore cette année, elle est même importante pour l'été.

Il est certain que les habitudes des vacanciers ont changé, avec la généralisation du tourisme numérique qui permet de trouver l'info à tout moment sur son téléphone, sa tablette ou son ordinateur.

Il serait nécessaire de repenser ses accueils touristiques pour l'été 2017.

Mission « ANIMATION »

Balades et activités estivales initiées par l'Office de Tourisme :

Les balades familles accompagnées ont été reconduites :

- « **Comme les trappeurs** » sur le thème des indices d'animaux et du feu (séance pour les 3/8 ans)
- « **Randonnée avec les lamas** » avec 2 séances (une pour les 8 /12 ans de 14h à 15h30 et une de 15h45 à 16h45 pour les 3/7 ans)
- « **Sur la piste des lutins de la Forêt Bressaude** » avec 2 séances (une pour les 8 /12 ans de 14h à 15h30 et une de 15h45 à 16h45 pour les 3/7 ans)

On observe malheureusement une baisse d'environ 40% du CA par rapport à 2015.

L'activité « **escalade** » a également été reconduite avec des séances les mardis en juillet et en août de 17 h à 19h. Les séances se déroulaient en priorité sur le site naturel des Roches Beuty ; en cas de mauvais temps, l'Office de Tourisme mettait à disposition la structure artificielle d'escalade du complexe piscine-loisirs.

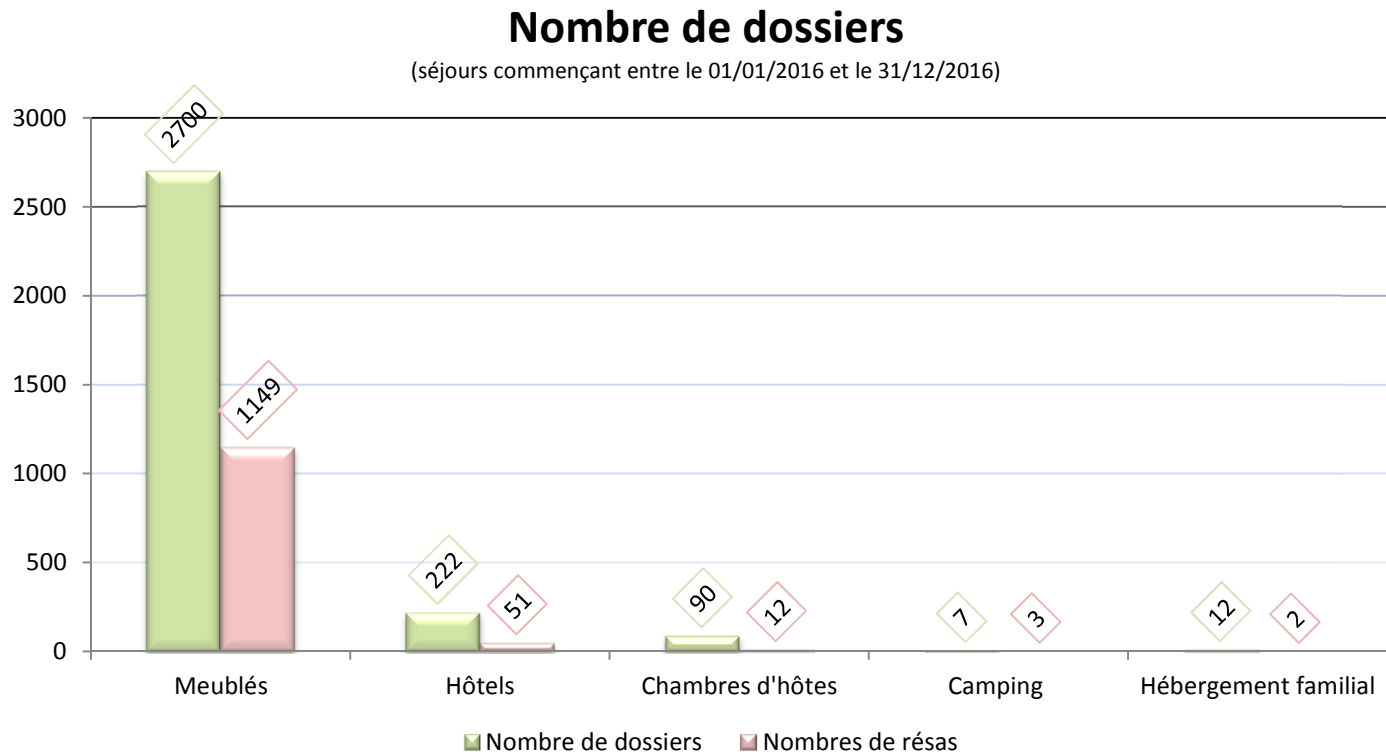
Mission « COMMERCIALISER »

Les chiffres clés à la centrale de réservation

- CA réalisé en 2016 : **592 355 € TTC**
- Nombre d'appels téléphoniques : 5267
- Nombre de personnes accueillies dans les bureaux de la centrale : 641
- Nombre de dossiers traités : 3012
- Nombre de dossiers ayant aboutis à une réservation : 1212 (dont 95% concernant des réservations de meublés de tourisme)

Mission « COMMERCIALISER »

Les chiffres clés à la centrale de réservation

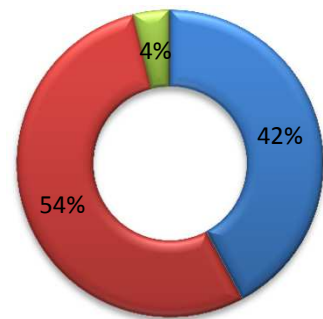


Mission « COMMERCIALISER »

Les chiffres clés à la centrale de réservation

Mode de contact

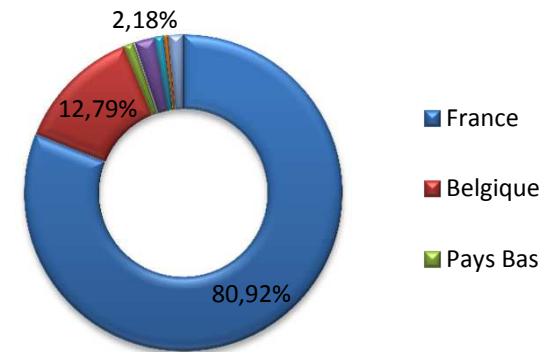
(clientèle française et étrangère - séjours du 01/01/16 au 31/12/16)



■ Téléphone ■ Internet ■ Autres

Répartition géographique de la clientèle par pays

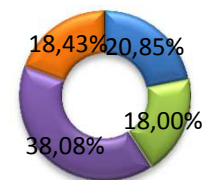
(séjours du 01/01/2016 au 31/12/2016)



■ France
■ Belgique
■ Pays Bas

Répartition géographique de la clientèle française

(séjours du 01/01/2016 au 31/12/2016)



■ Hauts de France

Mission « COMMERCIALISER »

Les chiffres clés à la centrale de réservation

Centrale de réservation :

On recense 11 nouvelles adhésions en locations de vacances à la centrale de réservation.

Immatriculation Atout France : renouvellement de l'immatriculation Atout France qui nous permet de commercialiser des produits et des séjours touristiques à destination des clientèles individuelles et groupes.

BUS HIVERNAL

L'OTL s'est vu confier la coordination du fonctionnement du bus hivernal (définition des horaires, des arrêts, promotion,...).

Pour une meilleure diffusion de l'information, un nouveau dépliant recensant les horaires et les arrêts avec un plan de situation a été édité à 8 000 exemplaires.