

# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2017

*Office de Tourisme  
de 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**
- 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

Les temps forts de 2017.....	p.4
Mission « Fédérer et animer le réseau des professionnels ».....	p.6
Mission « Accueillir, conseiller et promouvoir » .....	p.10
Mission « Commercialiser ».....	p.18
Mission « Animer ».....	p.22
Synthèse financière.....	p.24
Le Conseil d'Administration.....	p.25
Nos axes de développement.....	p.26
L'équipe de l'OT.....	p.27



## EDITO *du Président*

J'ai l'honneur et le plaisir de présider l'Office de Tourisme communal de La Bresse Haute-Vosges depuis le début de l'année 2017.

D'emblée, je peux vous dire que Philippe POIROT, Directeur de l'OTL et Julie Grob, Directrice Adjointe de l'OTL et Responsable de l'Office de Tourisme, peuvent compter sur une équipe de collaboratrices professionnelles et dévouées. En ma qualité de Président, je souhaite rendre un hommage appuyé à cette équipe qui a œuvré et a relevé tous les challenges professionnels qui se sont présentés en 2017.

Le Conseil Municipal ayant fait le choix de garder son Office de Tourisme communal, les dossiers prérequis de la Marque Qualité Tourisme et du classement en Catégorie 1 ont été obtenus grâce à une implication globale de tous les instants.

Vous trouverez dans ce rapport d'activités structuré, chiffré et complet les résultats des missions régaliennes de l'OT en 2017. Vous découvrirez le bilan des actions principales d'accueil, de conseil, de communication, d'animation, de commercialisation et de promotion de notre destination.

2018 sera une année de contacts et d'échanges avec les partenaires du tourisme local, avec en point d'orgue un rendez-vous à ne pas manquer : « Les Rencontres du Tourisme ».

En découlera dès 2019, et ce malgré une conjoncture intercommunale incertaine, une nouvelle stratégie de développement touristique, axée sur le marketing, et qui aura pour dénominateur commun la marque partagée « La Bresse Hautes-Vosges ».

Pour conclure, j'aimerais sincèrement remercier Julie GROB pour son dynamisme, son implication et pour la rédaction de ce document riche en informations et en promesses. Sa fibre touristique a déjà permis à notre OT de retrouver une crédibilité légitime auprès de nos partenaires et des habitants de La Bresse.

Bonne lecture à tous.

**Nicolas REMY**

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

# LES TEMPS FORTS DE 2017

## Juillet/août

- mise en place de nouveaux horaires d'ouverture de l'OT pour le public en haute saison, avec une ouverture en non-stop de 9h à 18h du lundi au samedi
- accueil de l'équipe Gulli pour le tournage de l'émission « Dans ma télécabine ».

## Juin

arrivée de Danielle QUENOT pour épauler le pôle Accueil/Information.

## Avril

lancement des 2 gros chantiers de l'année : Marque Qualité Tourisme et classement Catégorie 1.

## Février

un nouvel organigramme est mis en place pour l'OT avec la création de pôles de compétences.

## Janvier

Nicolas REMY devient le nouveau président de l'Office de Tourisme et succède à Loïc POIROT. Ludovic CLAUDEL devient vice-président.

## Septembre

mise en place d'un compteur de passage « intelligent » à l'entrée de l'OT.

## Mai

réalisation d'un tout nouveau guide de marque pour affiner notre positionnement marketing.

## Mars

l'audit de renouvellement du label Famille Plus est un succès !

## Décembre

obtention du classement en Catégorie 1, nouvelle formule pour l'accueil des vacanciers, au cœur du marché de Noël.

## Novembre

obtention de la Marque Qualité Tourisme.

## Octobre

1<sup>ère</sup> édition de la Semaine du Goût à La Bresse.

2016



2017

# LES GROS CHANTIERS

## DE 2017

### Une nouvelle stratégie pour l'OT et un plan d'actions pluriannuel

L'équipe de l'OT a travaillé en interne sur une stratégie de développement 2017-2018 basée sur **6 grands axes stratégiques** :

- structuration des services et des moyens au sein de l'OT,
- renforcement de l'image de marque de la destination,
- développement de la consommation touristique,
- développement du tourisme numérique et connecté,
- structuration des partenariats,
- développement de l'évènementiel.

Pour mener à bien ces différentes missions, un **plan d'actions** a été mis en place et permet une lecture précise des actions à réaliser en 2017 et en 2018.

Tous ces documents sont consultables sur le Blog Pro :



### Marque Qualité Tourisme et classement Catégorie 1

Dans le cadre de la Loi NOTRe et afin que la collectivité locale puisse conserver son Office de Tourisme communal et engager son reclassement en « Station classée de tourisme », l'Office de Tourisme devait obtenir la certification « **Qualité Tourisme** » et son classement en « **Catégorie 1** » **avant le 31 décembre 2017.**



Après 8 mois de travail sur l'organisation interne avec la création de pôles de compétence, la réalisation d'une stratégie pour l'OT, la mise en place d'un plan d'actions pluriannuel et de tableaux de bord, la rédaction de l'ensemble des fiches procédures qui constituent le manuel qualité, le travail sur les questionnaires satisfaction, etc...,

**l'OT obtient sa marque et son classement en Catégorie 1 en fin d'année 2017.**

Une grande fierté pour l'équipe de l'OT.

Plus d'infos sur le Blog Pro :





# FÉDÉRER ET ANIMER

*le réseau des acteurs  
locaux du tourisme*

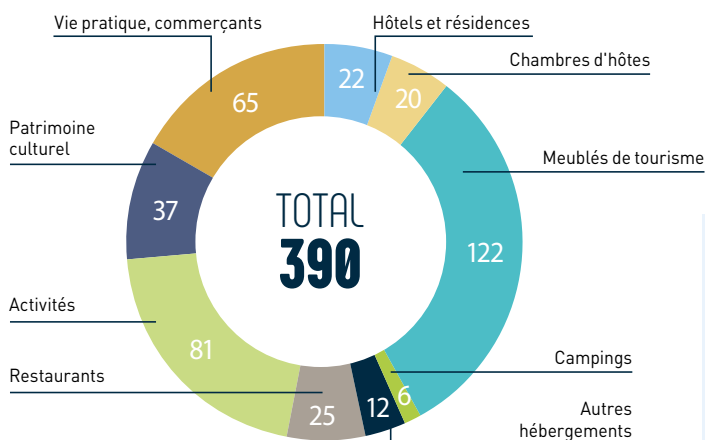
# MIEUX COMMUNIQUER AVEC SES PARTENAIRES

## Nouveauté: le guide du partenariat

Ce guide a été pensé pour l'ensemble des partenaires de l'Office de Tourisme afin de leur présenter l'équipe de l'OT et ses missions au quotidien mais également les projets engagés en faveur du développement touristique sur le territoire. Ce guide est téléchargeable sur le Blog Pro :

<https://tourismelabresse.jimdo.com>

L'OT remercie chaleureusement ses 390 adhérents pour leur fidélité et leur engagement à ses côtés, un engagement qui permet la mise en place de nombreuses actions de développement et de promotion pour ce beau territoire.



## Un partenaire bien informé

L'OT a à cœur de développer sa communication à destination de ses partenaires touristiques. Outre les newsletter et emailing envoyés, et le blog pro qui est alimenté en news régulièrement, l'OT est également présent sur le terrain. Il sillonne plusieurs fois par an son territoire (et les alentours) pour diffuser sa documentation touristique lors des tournées de distribution.

### NOTRE SPONSOR



Dare2b, partenaire vestimentaire de l'Office de Tourisme  
[www.dare2b.com](http://www.dare2b.com)

### NOS LABELS



## MERCI

également à tous les partenaires de l'OT pour le travail collaboratif fructueux réalisé au fil de l'année 2017.

### Nos partenaires institutionnels :

- La Communauté des Communes des Hautes-Vosges
- Le SIVU Tourisme Hautes-Vosges et l'ensemble des OT partenaires
- Le PETR de Remiremont
- Le Conseil Départemental des Vosges
- Lorraine Tourisme
- Le collectif Massif des Vosges
- France Montagnes



# 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 en animant les acteurs de terrain pour permettre l'amélioration et l'adaptation constante de l'accueil et de l'offre destinée aux familles.

**C'est en début d'année 2017 que La Bresse s'est vu re-attribuer pour 3 ans le label Famille Plus à la suite d'un audit qui a eu lieu le 3 mars.**

**ON RECENSE, EN 2017,  
75 PARTENAIRES LABELLISÉS :**

**45**  
HÉBERGEMENTS

**75**

**10**  
RESTAURANTS

**20**  
PRESTATAIRES  
D'ACTIVITÉS ET  
COMMERÇANTS







## La filière « 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.

**Notre Office de Tourisme est très engagé dans cette démarche et cette implication a permis en 2017 la réalisation de plusieurs actions :**


- **un nouveau jeu de piste** sur « Les malheurs de Gaston le bûcheron » (brochure disponible gratuitement à l'OT)
- la réalisation et la mise en ligne de **suggestions de séjours** et de journées en famille dans le Massif des Vosges consultables sur : [www.massif-des-vosges.com/en-famille.htm](http://www.massif-des-vosges.com/en-famille.htm)
- la réalisation d'un **guide pratique** « Mille et une envies en famille », disponible à l'OT ou téléchargeable sur le site : [www.massif-des-vosges.com/en-famille.htm](http://www.massif-des-vosges.com/en-famille.htm)



### LE SAVIEZ-VOUS ?

L'OT a obtenu en 2017 le label « **Accueil Vélo** » qui permet d'identifier les prestataires proposant des services adaptés à la pratique du tourisme à vélo.

**VOUS AUSSI, VOUS SOUHAITEZ L'OBTENIR ?**

 **CONTACTEZ JULIE À L'OT**  
**POUR PLUS D'INFOS.**



*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 : 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 2 265h consacrées à notre cœur de métier : le conseil en séjour.

# ACCUEILLIR, CONSEILLER ET PROMOUVOIR

**NOUVEAUTÉ 2017**

## **Ouverture non-stop**

de 9h à 18h du bureau d'accueil en période de forte fréquentation (vacances juillet/août + Noël/Nouvel An + hiver). Sur la période estivale, cela a représenté une augmentation de l'ouverture au public de 110 heures, ce qui a permis d'accueillir près de **1 000 personnes supplémentaires** sur le créneau 12h - 14h,

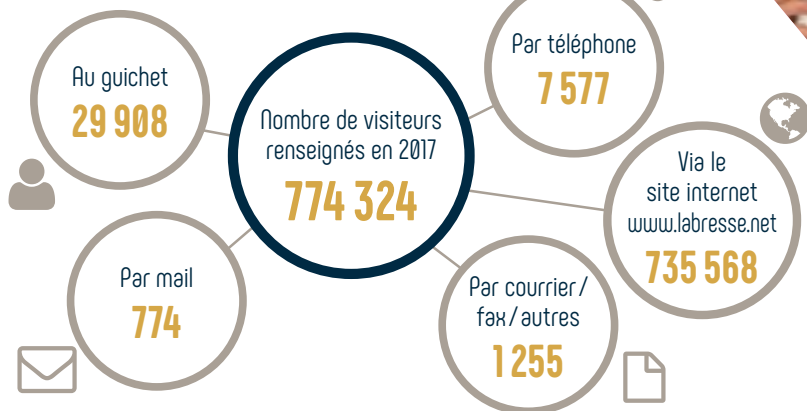


**NOUVEAUTÉ 2017**

L'OT de La Bresse a été le 1<sup>er</sup> OT lorrain à s'équiper d'un **compteur de passage « intelligent »** qui permet de comptabiliser heure par heure les visiteurs qui entrent et qui sortent du bureau d'accueil. Ce nouveau système permet ainsi à l'équipe de l'OT d'affiner ses données statistiques.

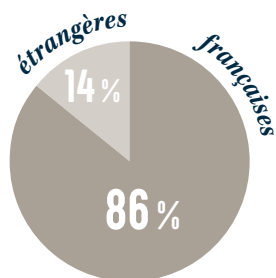
# LES CHIFFRES CLÉS

DE 2017



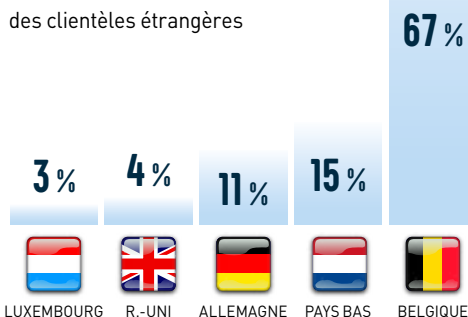
## NOS CLIENTÈLES

Origine des clientèles renseignées (hors web) :



## TOP 5

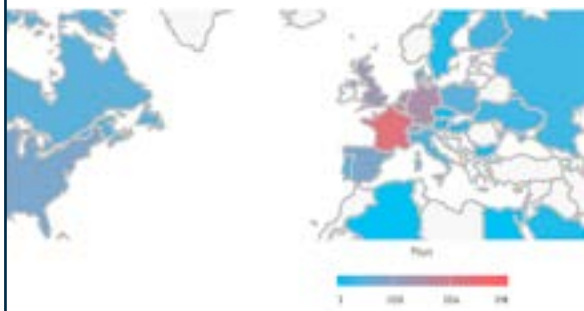
des clientèles étrangères



## DEMANDES PAR DÉPARTEMENTS



## PERSONNES PAR PAYS



# LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

## Site Internet V2

Après la version V2 du site Internet **www.labresse.net** en 2016, doté d'un design plus moderne et conçu en web responsive design, le site a poursuivi ses évolutions en 2017 avec notamment l'ajout de la fonctionnalité « **Code Promotion** » qui permet de proposer des remises ciblées et ponctuelles.

### Les chiffres clés du web

**Le site Internet [www.labresse.net](http://www.labresse.net) :**  
**735 568 sessions (-15% par rapport à 2016)**  
**Nombre de pages vues : 2 404 213**  
**Durée moyenne de la visite : 2'07mn**

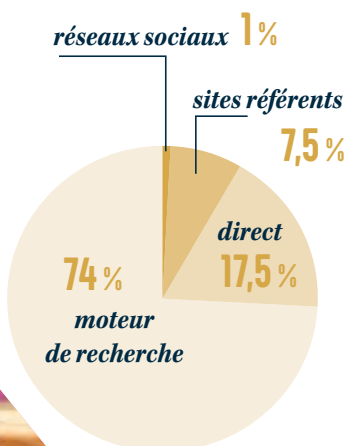
### ORIGINE DES CLIENTÈLES :

#### Origine France : 80% (-2 points)

Grand Est : 44% →  
 Ile de France : 31% ↗  
 Hauts de France : 9,5% ↘  
 Bourgogne Franche Comté : 4,5% →  
 Auvergne Rhône Alpes : 3% →  
 Autres régions de France : 8%

#### Origine étrangère : 20% (+2 points)

Belgique : 54% ↗  
 Allemagne : 12% ↗  
 USA : 6% ↗  
 Luxembourg : 8% ↘  
 Pays Bas : 7% ↗  
 Autres pays : 8%



## LE SAVIEZ-VOUS ?

L'OT gère environ 900 fiches SITLOR\* à l'année, traduites en anglais, allemand et néerlandais. Ces fiches permettent au prestataire d'être diffusé très largement sur de nombreux sites Internet, dont celui de l'OT. Veiller à l'actualisation régulière des données est donc très important.

### TOP 5 DES RECHERCHES\*\* :

- 1 > Consultation des webcams été/hiver 189430 ↘
- 2 > Informations sur les locations de vacances 109437 ↗
- 3 > Consultation du bulletin neige 93231 ↘
- 4 > Informations sur les activités neige 35555 ↗
- 5 > Informations sur le complexe Piscine Loisirs 33990 ↗

**Le blog de l'OT :** le site

« [tourismelabresse.jimdo.com](http://tourismelabresse.jimdo.com) » a été mis en ligne en avril 2015. En 2017, 74 articles ont été publiés. Les thématiques abordées concernent principalement les données statistiques et la promotion de la destination La Bresse Hautes-Vosges.

Le travail de développement se poursuit sur les **réseaux sociaux** et on constate une belle évolution sur l'ensemble des outils.

**Le page Facebook de l'OT** comptait 9 538 fans en fin d'année 2017 (+22%), le nombre d'abonnés **Twitter** s'élève à 1 266 followers (+24%), **Instagram** compte 858 abonnés (+112%) et **Pinterest** 104 abonnés (+27%). **La chaîne YouTube**, quant à elle, a été vue plus de 7 767 fois (+39%).

**Les vitrines numériques**, présentes à l'Office de Tourisme et à la Maison de La Bresse, permettent également une diffusion continue 24h/24 de l'information touristique (vidéos promotionnelles, agenda, disponibilités des hébergements...).

\* SITLOR : base de données régionale utilisée par tous les OT lorrains. \*\* En pages vues.

# LES ÉDITIONS TOURISTIQUES

## Nouveauté : l'agenda des manifestations

Imprimé jusque-là à la demande au comptoir et distribué en petite quantité chez les commerçants du centre-ville, l'agenda des manifestations se devait d'évoluer.

Une nouvelle version a donc vu le jour courant 2017 avec la réalisation du **premier agenda saisonnier estival**.



*Il se décompose en plusieurs versions sur l'année :*

- l'agenda **printanier** (avril à juin)
- l'agenda **Noël/Nouvel An** (décembre et janvier)
- l'agenda **estival** (juillet et août)
- l'agenda **automnal** (septembre à novembre)
- l'agenda **hivernal** (février et mars)

Ces agendas recensent les manifestations dites « touristiques » qui ont lieu à La Bresse.

En plus de cette édition, l'Office de Tourisme édite quotidiennement un **programme des activités accompagnées et des visites guidées** qui sont proposées pendant les vacances scolaires. Une réflexion est en cours afin de définir la meilleure communication possible pour ces offres qui sont souvent évolutives d'un jour à l'autre et dont les programmes ne sont pas forcément connus à l'avance.

## Le guide pratique

### 2 VERSIONS POUR UNE MEILLEURE LISIBILITÉ DE L'OFFRE

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**.



**Guide été :** édité à 23 000 ex.  
en 2x2 langues (F/NL et D/E)  
parution avril 2017  
à novembre 2017

**Guide hiver :** édité à 23 000 ex.  
en 2x2 langues (F/NL et D/E)  
parution décembre 2017  
à mars 2018



## NOUVELLE CHARTE GRAPHIQUE

En 2017, l'OT a souhaité redynamiser ses outils de communication, les moderniser et les rendre plus lisibles. Réalisé en interne, un **guide de marque** détaillant l'utilisation des logos, typographies et formes a ainsi été créé afin de faciliter la réalisation des brochures, des éditions numériques comme les newsletters ou l'affichage sur les vitrines numériques, les PLV, les dossiers et communiqués de presse, etc...



# LE SAVIEZ-VOUS ?

L'OT traduit ses brochures génériques en allemand, anglais et néerlandais, dans un souci d'accessibilité au plus grand nombre.

## Le guide famille

Afin de poursuivre le **développement de l'offre famille**, le « guide famille » a été réédité en 2017 avec pour nouveauté **un cahier central de 4 pages** avec des jeux et des coloriages pour les enfants. Cette brochure recense toute l'offre labellisée « Famille Plus » : activités, visites, découvertes, gastronomie, hébergements,...



Edité à 13 000 ex.  
parution juin 2017 à juin 2018

## ET AUSSI...

Guide des hébergements



Bloc sous-mains avec la carte touristique des Hautes-Vosges (pilottage SIVU Tourisme)



Plan de ville



Circuits ludiques RandoLand (pilottage SIVU Tourisme)



Activités nordiques (pilottage SIVU Tourisme)



Guide des auberges de montagne





Dépliant Hautes-Vosges VTT (pilottage SIVU Tourisme)

# LES OPÉRATIONS DE PROMOTION

*L'OT poursuit son travail de promotion sur les marchés cibles en étroite relation avec le SIVU Tourisme Hautes-Vosges mais également avec ses partenaires du Conseil Départemental des Vosges, de Lorraine Tourisme, du Massif des Vosges...*

## LÉGENDE :

-  salon grand public et/ou workshop
-  accueil/rencontre/travail avec les médias ou autres promoteurs


## Local/Régional

 Mondial Air Ballons - CHAMBLEY

**Juillet - Grand public**

*(pilotage Massif des Vosges)*

Présence pour promouvoir La Bresse et ses partenaires.

 Trace Vosgienne - KONRUPT-LONGEMER

**Juillet - Sportifs et grand public**

*(pilotage SIVU Tourisme)*

Présence pour promouvoir les Hautes-Vosges.

 Émission TV - Mirabelle TV

**31 janvier au 2 février - LA BRESSE**

Préparation du programme, accueil et accompagnement de l'équipe de tournage.

 **France**

 Salon Touristemez-vous - REIMS

**27 au 29 janvier - Grand public**

*(pilotage SIVU Tourisme)*

 Salon du Randonneur - LYON

**24 au 26 mars - Grand public**

*(pilotage SIVU Tourisme)*

 Salon Saint-Germain des Neiges - PARIS

**23 au 26 novembre - Grand public**

*(pilotage SIVU Tourisme/France Montagnes)*

Objectif : lancement de la saison hivernale au cœur de Paris avec présence des professionnels de la montagne.

 Émission « Dans ma télécabine »  
Chaîne GULLI

**25 au 29 août - LA BRESSE**

Préparation du programme, accueil et accompagnement de l'équipe de tournage ; 3 émissions tournées à La Bresse (chez Wiidoo Gliss, chez Bol d'Air et au BikePark La Bresse-Hohneck).

 Rencontre presse

**6 avril - PARIS**

*(pilotage SIVU Tourisme/France Montagnes)*

Présentation de la campagne été.

## Insertions dans le *NORDIC Mag'*

**Février et juin**

*(pilotage SIVU Tourisme)*

Promotion des activités nordiques

## Sollicitation de grands médias, aide à la programmation :

- Emission « Les Carnets de Julie » - France 3
- Emission « Les Animaux de la 8 » - D8
- Emission « Montagne Inside » - D8
- CNews
- Magazine Serengo - Femme Actuelle

## Réalisation et diffusion de sets de table

**Mi-novembre  
à mi-décembre 2017**

20 000 sets de table diffusés  
dans les restaurants ciblés du  
secteur Dijon et périphérie

## *Belgique /* *Luxembourg*

### Salon des vacances - BRUXELLES

**4 au 8 février - Grand public**  
*(pilotage SIVU Tourisme)*

### DEMO FOREST - LIBRAMONT

**1 et 2 août - Grand public**  
Présence aux côtés de la Fédération touristique  
du Luxembourg Belge ; stand avec animations  
et dégustation de produits locaux

### Rencontres presse

**28 mars - BRUXELLES**  
*(pilotage SIVU Tourisme/France Montagnes)*  
Présentation de la campagne été



### **7 septembre - BRUXELLES**

*(pilotage SIVU Tourisme/France Montagnes)*  
Présentation de la campagne hiver

### Action Atout France Bêlux

**Février**  
Promotion du Festival de Sculpture auprès  
des journalistes belges et luxembourgeois

## LÉGENDE :

-  salon grand public et/ou workshop
-  accueil/rencontre/travail avec les médias  
ou autres promoteurs

## OPÉRATIONS SPÉCIALES RÉALISÉES SUR LA BOURGOGNE

*(pilotage SIVU Tourisme)*

Promotion des stations de ski et du Ski Pass  
Hautes-Vosges

## Insertion dans le magazine « Femme Actuelle »

**Novembre 2017**

Secteur Grand Est et Bourgogne Franche Comté

## Campagne d'affichage sur les arrières de bus

**Novembre 2017**

Secteur Grand Dijon - Opération de 3 semaines

## Campagne radios

**Novembre 2017**

2 semaines de 50 spots sur Fun Radio Dijon  
et Beaune et sur Virgin Radio  
Dijon et Lons le Saunier

## Campagne radios

**Janvier 2018**

2 semaines de 50 spots sur  
France Bleu Bourgogne



## Pays Bas

### Rencontre presse

**14 septembre - AMSTERDAM**

*(pilote SIVU Tourisme/France Montagnes)*

Présentation de la campagne hiver

### Accueils presse bloggeurs

**Février et août**

*(pilote OT + Lorraine Tourisme)*

Accueil de bloggeurs néerlandais

## Suisse

### Rencontre presse « Le Journal du Jura »

Présentation des activités sportives et de loisirs proposées sur le territoire

## Allemagne

### Reportage TV - ARTE

Contact journalistique pour un reportage de 90mn sur la Lorraine et le territoire de La Bresse

## Royaume-Uni

### Salon France Show - LONDRES

**27 au 29 janvier - Grand public**

*(pilote SIVU Tourisme)*

Promotion des Hautes-Vosges

## Etats-Unis

### Action Atout France USA

**Juin**

Promotion des grands événements ciblés vélo/VTT

*(pilote Lorraine Tourisme)*



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

En 2017, de nombreux interviews radio et accueils journalistiques ont été réalisés (tous médias confondus) représentant une contre-valeur publicitaire non négligeable.

L'OT reçoit également de nombreuses demandes de visuels pour agrémenter les supports médias (Lorraine Magazine, Vacancéole, Beef Magazine, Magazine Maisons de Campagne, Magazine Julie, Vosges Matin, DNA, Chromatic Mad,...).

A rustic dining room with a high wooden ceiling featuring exposed beams and track lighting. The walls are a mix of light-colored wood and stone. In the foreground, there are wooden tables and wicker chairs with white cushions and bows. A large white diamond shape is overlaid on the center of the image, containing the text 'COMMERCIALISER'.

# COMMERCIALISER

# LA CENTRALE DE RÉSERVATION

## Nouveau nom, nouveau logo

Afin de rendre le service commercial plus lisible auprès du public et accentuer sa promotion, la centrale de réservation de l'OT s'appelle dorénavant « La Bresse Réservation ». Et afin d'en faciliter l'accès, un nouveau numéro de téléphone direct a été mis en place.



## Les chiffres clés :

### CA TTC RÉALISÉ EN 2017 :



03 29 25 37 38

La **durée moyenne** constatée des séjours en meublé de tourisme est de **7 NUITS (62%)**.

Les **courts séjours** représentent plus de **30%** de nos réservations (14% pour 2 nuits, 9% pour 3 nuits et 6% pour 4 nuits).

Les **séjours de 14 nuits et plus** ne représentent que **6%** de nos réservations.

### NOMBRE DE DEMANDES ENREGISTRÉES PAR LE SERVICE :

**6 202**

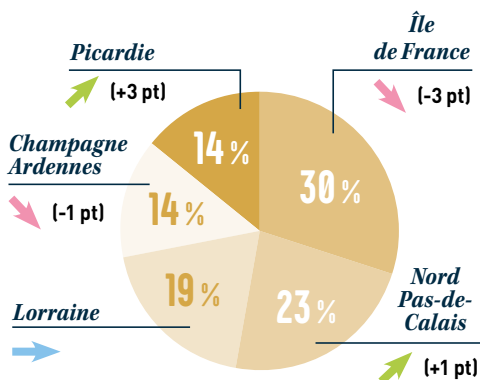
dont **5 512** appels téléphoniques  
dont **690** personnes accueillies dans nos bureaux

### NOMBRE DE DOSSIERS TRAITÉS :

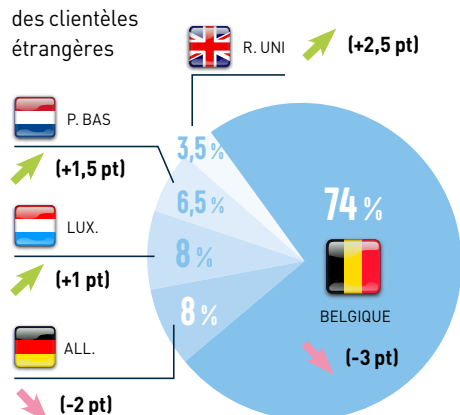
**2 973**

Nombre de dossiers ayant abouti à une réservation :  
**1 291 (+2%)**

## TOP 5 des clientèles françaises



## TOP 5 des clientèles étrangères





# L'OFFRE POUR LES GROUPES

*L'OT est membre du club LorTour qui a pour objectif de faciliter la mise en relation de l'offre lorraine en matière d'accueil de groupes et la demande des marchés cibles.*

Ce club offre des **opportunités commerciales** aux prestataires lorrains adhérents et permet d'optimiser le référencement global de la destination auprès des TO, autocaristes et grossistes.

L'OT s'associe au club afin de promouvoir son territoire et ses partenaires via **2 canaux de diffusion** :

- un espace web dédié

où sont recensées les offres « vitrine »

→ <https://groupe.tourisme-lorraine.fr>

- selon les opportunités, **lors d'évènements ou d'actions spécifiques** mises en place tout au long de l'année (workshop, eductour, salons professionnels, rencontres presse...)

Une brochure de présentation du club LorTour vient compléter ce dispositif promotionnel.

Une démarche proactive sera engagée en 2018/2019 afin de développer la promotion et la commercialisation des produits et séjours en direction des groupes.

## L'OT AU SERVICE DES HÉBERGEURS

### LE SAVIEZ-VOUS ?

La commune de La Bresse a délégué la gestion de la **taxe de séjour** à l'OT qui en assure le suivi.

*L'OT accompagne tout au long de l'année les propriétaires de meublés de tourisme qui souhaitent obtenir des conseils en matière de classement touristique.*

En 2017, **8 visites « conseil »** ont été effectuées sur La Bresse.

L'OT est également associé aux **visites de classement** effectuées par des organismes agréés (13 visites en 2017).

Ce dispositif permet à l'OT de parfaire sa connaissance des hébergements touristiques sur sa zone de compétence mais également d'être vigilant au niveau de la qualité de ces hébergements.

Le service hébergement gère également **les déclarations de location des meublés de tourisme**. En 2017, 65 nouvelles locations ont été enregistrées par l'Office de Tourisme.



# LA BOUTIQUE

## DE L'OT



*L'OT dispose d'un point de vente et propose différents produits et prestations : billetterie, vente de cartes IGN et topoguides, livres et souvenirs mais également des ventes de prestations sportives et de loisirs (randonnées accompagnées, pêche, escalade,...).*

Dans le cadre de sa stratégie de développement de l'offre à destination des familles, l'OT a mis en place plusieurs produits de loisirs :

### ► LES BALADES FAMILLES ACCOMPAGNÉES EN PÉRIODE ESTIVALE ET À TARIFICATION AVANTAGE :

- « Dans la peau d'un trappeur » sur le thème des indices d'animaux et du feu (séance pour les 3/8 ans)
- « À la découverte d'une ferme de montagne » (séance pour les 3/12 ans)

L'OT travaille avec ses partenaires labellisés « **Famille Plus** » et propose ces prestations à des tarifs très attractifs pour les familles (25€/famille).

### ► LES PACKS LOISIRS :

La formule « **7 jours** » donne accès en illimité à la piscine et à l'espace forme ainsi qu'au tennis, propose un tarif préférentiel au cinéma, une partie de bowling pour toute la famille et un topoguide randonnée. Ces packs sont déclinés sur la saison d'été et la saison d'hiver.

Afin de contenter une clientèle de courts séjours, il existe également un pack loisirs de **3 jours** offrant un accès illimité à la piscine et à l'espace forme.

#### Répartition des ventes d'activités :

*Autres activités (goûter au jardin des Panrées, tennis extérieur)*

2,96 %

Pêche

26,30 %

36,84 %

Pack loisirs

Randonnées

33,90 %

#### Répartition des ventes boutique :

Souvenirs

2 %

Billetterie

23,60 %

74,40 %

Cartes et topoguides



# ANIMER

## Salon Vin et Terroir

L'OT a organisé le Salon « Vin et terroir » du 24 au 26 mars 2017. Une fréquentation **en légère hausse** par rapport à 2016.

env.  
**1 700**  
visiteurs

Présents :  **14** viticulteurs

 **15** producteurs locaux

Le retour à la Halle des Congrès a permis de contenter les exposants et d'en faciliter l'organisation.

Il y a cependant lieu de diversifier et d'étoffer encore davantage l'offre et de développer l'aspect animation tout au long du salon (démonstrations culinaires, dégustations, jeux et animations diverses autour du vin et/ou des produits locaux,...).



## Accueil des vacanciers - NOUVELLE FORMULE

*Après une réflexion menée fin 2016, l'OT a souhaité revoir l'organisation de ses accueils vacanciers et créer ainsi une nouvelle dynamique.*

**Une nouvelle formule a vu le jour dès l'été 2017 avec des accueils tous les lundis matin en extérieur**, sur le parvis arboré de l'Office de Tourisme, en présence des partenaires touristiques conviés par l'OT (prestataires d'activités, sites touristiques, musées,...). L'association « Les Toujours Jeunes » de La Bresse a prêté main forte à l'équipe de l'OT pour accueillir comme il se doit les vacanciers, sur un air de musique et dans une ambiance très conviviale.

Pour la période hivernale, **les accueils vacanciers ont eu lieu au cœur du Marché de Noël**, place du Champel, les 26 décembre et 2 janvier avec l'aide du service animation de la Mairie. Les partenaires touristiques de l'OT étaient à nouveau conviés afin de proposer aux vacanciers des activités et visites à faire pendant leurs vacances.



## Semaine du goût - UNE PREMIÈRE RÉUSSIE

*En 2017, l'OT a souhaité fédérer ses partenaires restaurateurs le temps d'une semaine festive afin de faire découvrir au public de belles expériences gustatives.*

Un programme des plus sympathiques a été élaboré pour fêter cette 1<sup>ère</sup> édition de la Semaine du Goût, que ce soit à travers des menus spécialement élaborés par les 13 restaurateurs participants ou de manière plus ludique grâce à différentes animations proposées par des commerçants et associations locales.

Au total, **plus de 400 menus du goût** ont été vendus lors de cette première semaine du goût à La Bresse.

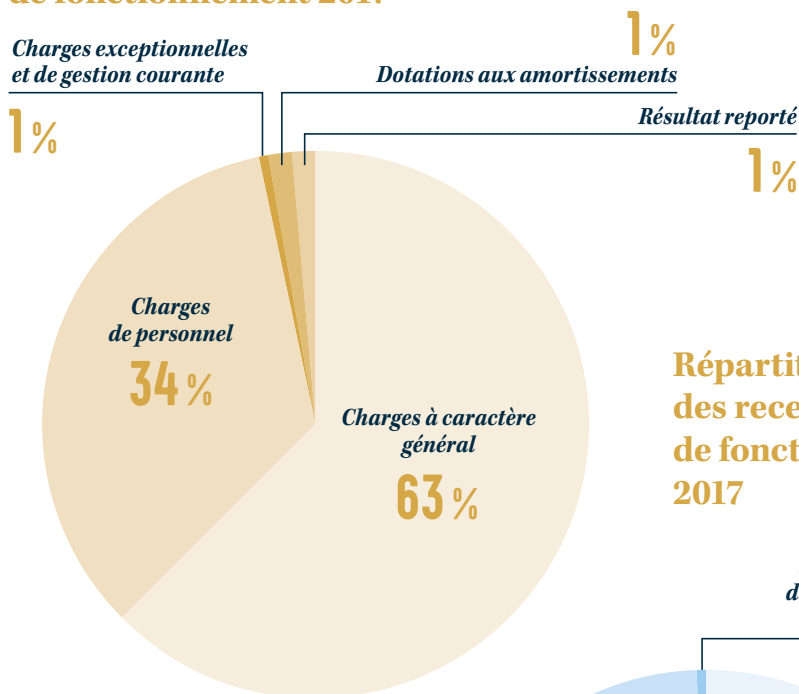
L'OT a travaillé sur une communication assez offensive pour cette première édition (affichage de bord de route, impression de 1 000 livrets détaillant les différents menus du goût et les animations, affiches, conférence de presse, emailings, présence active sur les réseaux sociaux,...).



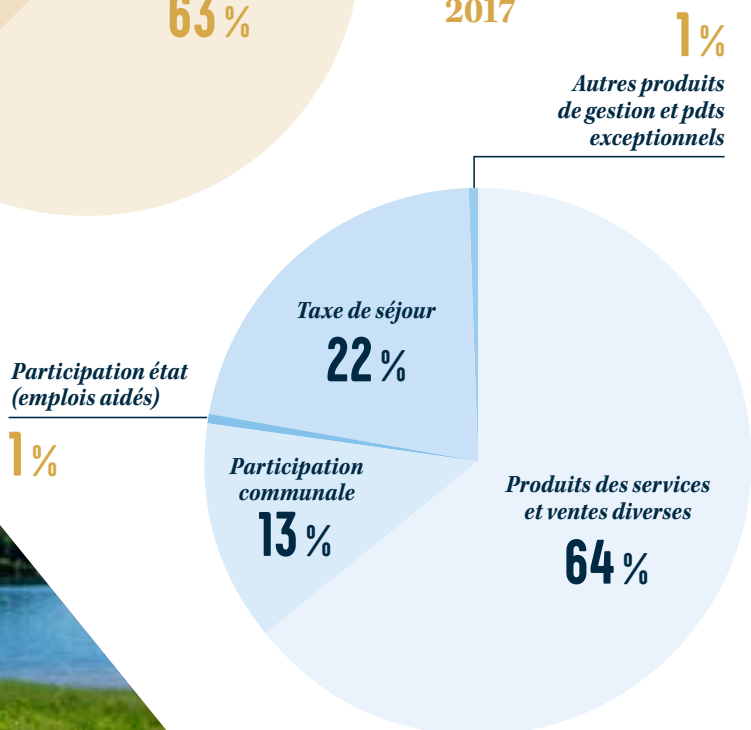
# SYNTHÈSE FINANCIÈRE

2017

## Répartition des dépenses de fonctionnement 2017



## Répartition des recettes de fonctionnement 2017





# COMPOSITION

## DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'OTL AU 31/12/17

### Collège « élus »

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

### Collège « socioprofessionnels »

#### REPRÉSENTANTS DES ASSOCIATIONS SPORTIVES ET CULTURELLES

<b>BORY Arnaud</b>	MLC
<b>DUMAINE Gérard</b>	Association sportive

#### REPRÉSENTANTS DES COMMERÇANTS/ ACTIVITÉS LOISIRS DE PLEIN AIR

<b>CLAUDON Laurence</b>	Association des commerçants
<b>LAURENT Régis</b>	Activité loisirs de plein air

#### REPRÉSENTANT DES STATIONS DE SKI/ REMONTÉES MÉCANIQUES

<b>CLAUDEL Nicolas</b>	Station La Bresse Hohneck
------------------------	---------------------------

#### REPRÉSENTANTS DES HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES

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



# NOS AXES DE DÉVELOPPEMENT

2017/2018

1

## OPTIMISER LA STRUCTURATION DES SERVICES ET DES MOYENS AU SEIN DE L'OFFICE DE TOURISME

- Redéfinir les missions et les moyens attribués au service « OT » pour gagner en efficacité
- Rédiger une feuille de route globale et par service pour permettre un suivi et une évaluation régulière des actions
- Professionnaliser les équipes pour renforcer leurs compétences
- Entrer en démarche qualité avec l'obtention de la Marque Qualité Tourisme et engager le classement en catégorie 1 de l'Office de Tourisme

2

## RENFORCER L'IMAGE DE MARQUE GRAND PUBLIC DE LA DESTINATION ET DÉVELOPPER SA COMMUNICATION GLOBALE

- Valoriser l'image de La Bresse en définissant une stratégie de communication ciblée

3

## DÉVELOPPER LA CONSOMMATION TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE

- Développer l'outil « centrale de réservation » et créer de nouveaux produits et séjours pour les publics individuels et groupes
- Mettre en place des actions marketing ciblées pour « vendre » nos partenaires

4

## DÉVELOPPER LE TOURISME NUMÉRIQUE ET CONNECTÉ

- Améliorer l'outil Internet et mettre en place une animation numérique de territoire

5

## DÉVELOPPER ET STRUCTURER LES PARTENARIATS INTERNES ET EXTERNES

- Travailler à la simplification des adhésions à l'Office de Tourisme tout en proposant des services adaptés à l'ensemble des partenaires touristiques, en veillant à développer les sources de recettes
- Communiquer sur les missions de l'Office de Tourisme pour garantir une parfaite connaissance des actions réalisées pour le territoire et les partenaires
- Mettre en place des rencontres avec les socio-professionnels pour échanger et travailler sur des projets structurants
- Renforcer les partenariats avec les institutionnels du tourisme (SIVU, CDT, CRT, Massif des Vosges...)

6

## DÉVELOPPER LE TOURISME ÉVÈNEMENTIEL

- Accompagner la promotion d'événements structurants
- Encourager le déploiement d'animations touristiques locales

# L'ÉQUIPE DE L'OFFICE DE TOURISME

## À VOTRE SERVICE

### PRESIDENCE ET DIRECTION GENERALE OT

<b>Nicolas REMY</b> .....	Président	
<b>Maryvone CROUVEZIER</b> .....	<b>Hervé PIERREL</b> .....	<b>Ludovic CLAUDEL</b>
Vice-Présidente	Vice-Président	Vice-Président
<b>Philippe POIROT</b> .....	Directeur	☎ 03 29 25 70 01 directeurotl@labresse.fr

### DIRECTION OT

<b>Julie GROB</b> .....	Responsable de l'Office de Tourisme	☎ 03 29 25 70 04 julie.grob@labresse.fr
-------------------------	-------------------------------------	--

### PÔLE ACCUEIL – INFORMATION – GESTION DE L'INFORMATION

<b>Carole COURTOIS</b> .....	Conseillère en séjour Chargée de l'observatoire touristique	☎ 03 29 25 41 29 infodoc@labresse.fr
<b>Séverine MOUGEL</b> .....	Conseillère en séjour - Chargée de la base de données régionale SITLOR	☎ 03 29 25 41 29 infoweb@labresse.fr
<b>Danielle QUENOT</b> .....	Conseillère en séjour	☎ 03 29 25 41 29 accueil@labresse.fr

### PÔLE PROMOTION – COMMUNICATION – ETOURISME

<b>Léonie POIROT</b> .....	Chargée de promotion et des relations presse - Référente Qualité et Famille Plus	☎ 03 29 25 41 29 promotion@labresse.fr
<b>Isabelle TUAILLON</b> .....	Chargée de communication et des partenariats	☎ 03 29 25 70 05 partenariat@labresse.fr
<b>Françoise NIEDERKORN CAHON</b> .....	Chargée du Etourisme Animatrice Numérique de Territoire	☎ 03 29 25 41 29 etourisme@labresse.fr

### PÔLE COMMERCIALISATION ET RELATIONS HÉBERGEURS

<b>Gaëlle CLEMENT</b> .....	Chargée de commercialisation et des relations hébergeurs - Suivi des dossiers de classements touristiques	☎ 03 29 25 37 38 classements@labresse.fr
<b>Aurélie AIZIER</b> .....	Chargée de commercialisation et des relations hébergeurs - Référente centrale de réservation	☎ 03 29 25 37 38 sejours@labresse.fr

### PÔLE FINANCES ET TAKE DE SÉJOUR

<b>Edith GEHIN</b> .....		☎ 03 29 25 70 03 financeotl@labresse.fr
--------------------------	--	--

## OFFICE DE TOURISME DE LA BRESSE

2A rue des Proyes – 88250 LA BRESSE

 +33 (03) 29 25 41 29

[TOURISME@LABRESSE.FR](mailto:TOURISME@LABRESSE.FR)

[www.labresse.net](http://www.labresse.net)

## LA BRESSE RÉSERVATION

 03 29 25 37 38

[RESA@LABRESSE.FR](mailto:RESA@LABRESSE.FR)

[www.labresse.net](http://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](mailto:tourisme@labresse.fr)  
[www.labresse.net](http://www.labresse.net)

SIRET : 28880002200015 – APE : 7911Z

**Directeur de la publication :**

Nicolas REMY, président

**Rédaction :** Julie GROB

**Conception :** Anna Communication

Brochure éditée à 500 exemplaires.

**Crédit photos :** M. Laurent, M. Fulgoni, Billiotte/  
Labellemontagne, Bol d'Air, Les Chatelminés,  
MaximeH/La Table d'Angèle, E. Pierrat, OTL

Ne pas jeter sur la voie publique.

Reproduction, même partielle, interdite.

Informations arrêtées au 01/06/18.

