



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019



OFFICE  
DE TOURISME  
DE STRASBOURG  
ET SA RÉGION



STRASBOURG  
GRANDE ÎLE  
& NEUSTADT  
PATRIMOINE  
MONDIAL  
WORLD HERITAGE

TEMPS FORTS

SERVICES

ÉDITIONS

SITE INTERNET - RÉSEAUX SOCIAUX

BILAN QUALITÉ

ADHÉRENTS

ÉQUIPE



# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2019

## LES TEMPS FORTS

>>>2>3

"Strasbourg mon amour", 7 <sup>e</sup> édition	2
Les vœux de l'OTSR au cinéma l'Odysée	3
Le centenaire des Offices de Tourisme de France	3
Liste des manifestations de la semaine pour les hôteliers adhérents	3
Mise en ligne du nouveau site Internet <i>(voir aussi page 13)</i>	3
Le Marché de Noël de Strasbourg-Alsace à New York	3

## LES SERVICES

>>>4>9

La promotion	4 / 5
La communication et les relations presse	6 / 7
Les visites guidées	8
L'accueil	9
Euraccueil	9

## LES ÉDITIONS

>>>10>12

Editions d'accueil	10
Editions promotionnelles	11
Editions spécifiques	11
Editions en vente	11
Strasbourg Pass	12
Pour les pros	12

## LE SITE INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

>>>13

## LE BILAN QUALITÉ

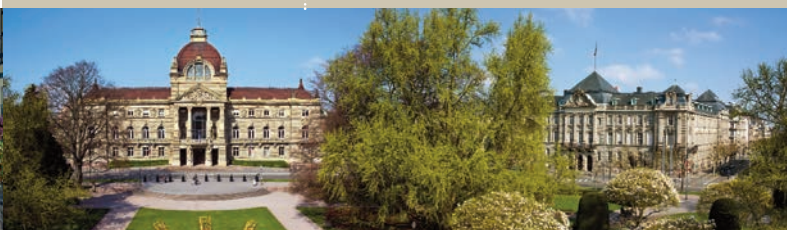
>>>14>15

## LES ADHÉRENTS

>>>16

## L'ÉQUIPE

>>>17





**Jean-Jacques GSELL**  
Président de l'Office de Tourisme  
de Strasbourg et sa Région (OTSR)

## LE MONDE D'AVANT

A l'heure où ce rapport d'activité de l'année 2019 était imprimé, un petit événement s'est insinué dans le monde : l'incursion brutale, imprévisible et sans réponse à ce jour d'une maladie nommée COVID et dont le virus répond au doux nom de code "SARS-CoV-2".

Difficile donc d'ignorer cela dans cet éditorial qui, selon les usages, doit revenir sur l'année écoulée... autant dire un monde d'avant que l'on a presque oublié tant il paraît lointain, en tout cas dans le monde du tourisme, qui a été tout particulièrement impacté.

2019, donc, l'année « d'avant », l'année où tout allait encore bien, l'année qui faisait suite au terrible drame de décembre 2018 (l'attentat terroriste à Strasbourg), l'année qui finalement - malgré les perturbations sociales - avait permis de remonter la pente et de revenir à des niveaux de fréquentation dignes de l'excellence de la destination touristique que représentent Strasbourg et l'Alsace.

L'année 2019 a été jugée globalement satisfaisante au niveau national : la France conserve son rang de 1<sup>ère</sup> destination touristique dans le monde, l'Alsace bat des records de fréquentation, dopée par ses clientèles internationales qui la découvrent ou la redécouvrent, fidèles visiteurs qui apprécient nos atouts touristiques, culturels et patrimoniaux.

Les actions de l'Office de Tourisme de Strasbourg et sa Région (OTSR) participent à cette dynamique grâce à sa proximité et à son accompagnement des professionnels, à sa veille permanente sur les indicateurs de l'activité touristique, à ses actions ciblées de promotion et d'accueil, à son engagement au quotidien pour mieux servir la destination.

La stratégie de communication autour de la clientèle nationale et des familles, ainsi que sur les principaux marchés étrangers, permet à Strasbourg de rester visible et désirable tout au long de l'année.

Cette année encore, vous avez été nombreux à participer aux opérations organisées par les équipes de l'OTSR pour prospecter et convaincre les relais d'influence que sont les tour-opérateurs, les agences de voyages, les entreprises, les organisateurs de congrès ou de salons et les médias qui plébiscitent Strasbourg et l'Alsace ; soyez-en remerciés ici très chaleureusement.

Je tiens à remercier également tous nos adhérents et partenaires qui soutiennent indéfectiblement nos actions et sont engagés à nos côtés dans la promotion de Strasbourg et de l'Eurométropole ainsi que l'équipe de l'OTSR qui, par son engagement collectif et malgré les crises, reste mobilisée aux côtés des professionnels.

Nous formons le vœu que les succès de 2019 nous permettent de vivre le plus sereinement possible 2020 qui se révèle une année aussi difficile qu'inédite. À nous d'imaginer ensemble le tourisme de demain pour faire en sorte que Strasbourg et l'Alsace demeurent une destination magique, au pouvoir d'attraction inégalé.



# LES TEMPS FORTS

DU 8 AU 17 FÉVRIER

## STRASBOURG MON AMOUR, UNE MANIFESTATION À FORT POUVOIR DE SÉDUCTION !

Des ambiances romantiques, des propositions décalées et des rencontres imprévisibles dans des lieux insolites étaient au programme pour cette 7<sup>e</sup> édition dont la qualité va grandissant.

### LA SYMBIOSE ENTRE PATRIMOINE ET CULTURE

Haut lieu de la culture, Strasbourg est une ville de création abritant de nombreuses institutions culturelles à la renommée internationale. Cette année, la musique a été tout particulièrement mise à l'honneur avec, pour cadre, des lieux prestigieux parfois inaccessibles au public.

#### AMOURS D'OPÉRETTE

En compagnie de musiciens membres de l'Orchestre Philharmonique de Strasbourg et de chanteurs talentueux, les amoureux ont pu apprécier deux opérettes en un acte du brillant Jacques Offenbach. Une soirée pleine de fraîcheur, où lyrisme, amour et humour ont cohabité dans la joie.



#### UN JARDIN AMOUREUX

Pour un concert plein de délicatesse, le Palais Rohan a accueilli la jeune claveciniste strasbourgeoise Louise Acabo, 19 ans, lauréate du concours Corneille (concours international de musique baroque).



#### CHANSONS DE BARBARA

Dans le cadre exceptionnel de l'Opéra national du Rhin, Lou Casa a rendu hommage à la chanteuse en reprenant avec talent et sur des arrangements originaux les grands titres de la dame en noir.



## ACCORDS PARFAITS

Avantage exclusif réservé à la clientèle des hôtels partenaires du festival, l'OTSR a mis en place un "Pass gourmand" donnant accès à des dégustations et des petits cadeaux auprès d'artisans et de commerçants du centre-ville.



## UNE COMMUNICATION RÉSOLUMENT TOURNÉE VERS LE DIGITAL

a permis de cibler **11 métropoles françaises** dont Paris, Lille, Reims, Nantes, Metz, Nancy, Dijon, Bordeaux, Marseille, Nice, ce qui a eu pour effet d'augmenter le nombre de fans Facebook (+ 22 %) et Instagram (+ 17 %).

Des **partenariats médias consolidés** avec France 3 Grand Est et la radio RFM pour un rayonnement national.

Une offre de transport attractive "**1 billet acheté, 1 billet offert**", avec TGV Inoui, partenaire de l'OTSR. Couvrant la période de l'événement et disponible au départ de plus d'une dizaine de villes françaises, elle a séduit un grand nombre de clients.

Sans oublier **la Love Map** qui s'est exportée pour la 1<sup>ère</sup> fois à Paris, Rennes, Lille, Lyon et Bordeaux et a connu une augmentation du nombre de visiteurs uniques (+ 241 %).

ZOOM

23 JANVIER

## LES BEIGNETS ONT FAIT LEUR CINÉMA...

L'OTSR a présenté ses vœux à ses adhérents au cinéma l'Odysée à Strasbourg.

Le traditionnel goûter a été précédé par la présentation du projet de "Marché de Noël de Strasbourg-Alsace à New York" qui s'est concrétisé en fin d'année.



25-27 SEPTEMBRE

## LE CONGRÈS DU CENTENAIRE

Une partie de l'équipe de l'OTSR est allée à Reims pour assister au Congrès du Centenaire des Offices de Tourisme de France.

Ce congrès axé à la fois sur la transformation et sur l'humain s'est révélé passionnant, inspirant, et a permis à l'équipe de revenir avec plein de nouvelles idées à appliquer à Strasbourg !



OCTOBRE

## UNE LISTE DES PRINCIPALES MANIFESTATIONS POUR LES HÔTELIERS ADHÉRENTS

Depuis octobre 2019, les hôtels adhérents de l'OTSR sont destinataires chaque lundi d'un mail contenant un lien leur permettant de télécharger un document qui recense les principales manifestations de la semaine.

Celui-ci peut être imprimé en A3 afin d'être affiché.



27 NOVEMBRE

## MISE EN LIGNE DU NOUVEAU SITE INTERNET

[www.visitstrasbourg.fr](http://www.visitstrasbourg.fr)

Voir page 13

Le nouveau site Internet de l'OTSR a été mis en ligne le 27 novembre 2019. On y trouve plusieurs nouveautés...



6-22 DÉCEMBRE

## LE MARCHÉ DE NOËL DE STRASBOURG-ALSACE À NEW YORK

Le 1<sup>er</sup> "Marché de Noël de Strasbourg-Alsace" à New York a été installé au cœur de Manhattan, sur Bowling Green, du 6 au 22 décembre 2019.

Ce marché de Noël à l'export avait pour objectif de conquérir la clientèle cible des Américains, un marché très intéressant

pour Strasbourg et l'Alsace. Cette opération, qui a attiré 265 000 personnes et l'attention des médias américains (New York Times, Forbes, yahoo !), a été renforcée par plusieurs opérations de promotion auprès des agents de voyages, tour-opérateurs et influenceurs américains.



	<b>LE 1<sup>er</sup> MARCHÉ DE NOËL AUTHENTIQUE À NEW YORK</b> 30 cholets 25 artisans 52 000 pièces exportées	
<b>UN MARCHÉ FRÉQUENTÉ</b> 265 000 visiteurs en 17 jours Pics de fréquentation les week-ends	<b>ET MÉDIATISÉ</b> + de 100 journalistes sur place Une audience globale de plus de 10 millions de personnes	
<b>DES PRODUITS STAR</b> Les poteries Les confitures Les pains d'épices Les bredeles	<b>DE LA CONVIVIALITÉ</b> 12 000 verres de vin chaud 5 000 tartes flambées	<b>LA PROMOTION TOURISTIQUE</b> Près de 120 professionnels rencontrés

# LES SERVICES LA PROMOTION

L'OTSR poursuit son travail de promotion de la destination sur les marchés prioritaires de proximité et les destinations lointaines à fort potentiel de développement. Le plan d'action prévisionnel est analysé puis entériné par la Commission Promotion réunissant divers acteurs du tissu touristique local tels qu'hôteliers, restaurateurs, prestataires et partenaires touristiques.

## INFORMER, CONQUÉRIR ET FIDÉLISER LES PROFESSIONNELS DU TOURISME...

### SALONS, ÉVÈNEMENTIELS, WORKSHOPS, DÉMARCHAGES

Des opérations réservées aux professionnels du tourisme et judicieusement sélectionnées pour favoriser le "face à face" entre décideurs des principaux réseaux professionnels (tour-opérateurs (TO), agents de voyages, agences réceptives, autocaristes) et les destinations.

#### ■ MARCHÉS DE PROXIMITÉ

Salon Tourissimo - STRASBOURG - 8-10/02

- Cibles : grand public, pros du tourisme.
- La 26<sup>e</sup> édition de Tourissimo a mis à l'honneur toute la richesse touristique de la région Grand Est : activités de loisirs, offres de bien-être et promotion de multiples destinations touristiques de proximité. L'OTSR a mis l'accent sur l'événement "Strasbourg mon amour" afin d'inciter le public présent, issu de destinations de proximité, à opter pour une escapade urbaine à l'occasion de la fête des amoureux.



#### ■ MULTIMARCHÉS

Workshop Rendez-vous France  
MARSEILLE - 19-20/03

- Cibles : TO, agences de voyages, agences réceptives.
- Rendez-vous en France est le 1<sup>er</sup> salon international B-to-B de l'offre touristique française. 750 exposants français ont ainsi eu l'opportunité de rencontrer, durant 2 jours de rendez-vous, près de 950 acheteurs internationaux issus de 77 pays.
- Bilan OTSR : 38 rendez-vous préprogrammés et plus de 40 contacts qualifiés au total.

#### ■ ALLEMAGNE

Workshop à l'occasion d'une croisière fluviale A-Rosa - 26-29/10

- en partenariat avec ADT, Atout France Allemagne et le Cluster Tourisme en Ville d'Atout France.
- Cibles : 45 professionnels allemands. TO, autocaristes, grossistes.
- Présentation thématique avec focus sur les Top French Cities, moments de rencontres professionnelles (1 workshop avec rendez-vous préprogrammés et 1 workshop petit-déjeuner informel) et activités de networking à l'occasion d'une croisière sur la Seine au départ de Paris.
- 35 villes, régions et prestataires touristiques français au total ont participé à l'opération.
- Bilan OTSR : 30 rendez-vous préprogrammés et divers contacts noués "au fil de l'eau".

#### ■ BASSIN MÉDITERRANÉEN (Italie/Espagne/Israël...)

Workshop France MED - NÎMES - 3-5/10

- Cibles : TO, agences de voyages, agences réceptives, médias.
- Événement professionnel-clé pour les destinations françaises et pour les professionnels des marchés méditerranéens qui représentent 18 millions de touristes, soit 20 % des arrivées touristiques internationales en France.
- 90 TO issus d'Italie, de Grèce, d'Espagne, du Portugal, d'Israël, de Turquie et du Moyen-Orient ont pu découvrir l'offre touristique française représentée par 81 exposants.
- Bilan OTSR : des rendez-vous préprogrammés ciblés et hautement qualitatifs avec plus de 40 entretiens avec les professionnels essentiellement issus des marchés ciblés que sont l'Italie, l'Espagne et Israël.

#### ■ CHINE - Toute l'année

L'Office de Tourisme de Mulhouse, l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est (ARTGE) et l'OTSR poursuivent leurs efforts de promotion sur la Chine au travers d'un contrat de représentation avec M. Yan YU. Il assure la promotion et la visibilité de la destination auprès d'un réseau qualifié de TO ainsi que sur les réseaux sociaux chinois, principaux vecteurs de notoriété auprès des professionnels et du grand public : [www.travel-marketing.cn](http://www.travel-marketing.cn)

#### ■ CORÉE DU SUD

Cluster "Tourisme en ville" - Atout France :  
Workshop et séminaires de formation  
"France Days in SEOUL" - 29/10

- Deux séminaires de formation pour présentation des Top French Cities et des nouveautés 2020 proposées dans

les villes adhérentes au Cluster.

- Bilan OTSR : 75 participants aux séminaires de formation (40 et 35), 40 journalistes et 80 TO et agences de voyages au workshop.

#### ■ JAPON

Partenariat "WASS" (World Air-Sea Service)  
7<sup>e</sup> reconduction du programme "Longs séjours  
à Strasbourg et découverte de l'Alsace" :

Période de séjour : 09/2019

30 clients ont pu profiter d'une croisière privative Batorama, enrichie d'un cocktail et d'une animation folklorique alsacienne, organisés et pris en charge par l'ARTGE et l'OTSR - partenaires historiques de WASS dans le cadre de ces accueils de longue durée (14 jours / 13 nuits).

#### Cluster "Tourisme en ville"

Atout France : séminaires de formation

OSAKA - NAGOYA - FUKUOKA

- Cibles : agences de voyages, TO.
- Séminaires organisés dans trois villes secondaires pour toucher de nouveaux contacts professionnels hors du bassin de l'agglomération de Tokyo.
- Bilan : OSAKA : 61 personnes - NAGOYA : 41 personnes - FUKUOKA : 35 personnes, soit 137 contacts au total.

#### ■ USA

## MARCHÉ DE NOËL DE STRASBOURG-ALSACE À NEW YORK

Mission Alsace à NEW YORK - 9-13/12

• en partenariat avec l'ARTGE et le Bureau Atout France de New York.

- Cibles : prescripteurs MICE, TO, agences de voyages loisirs.
- Participation de 10 partenaires alsaciens (hôteliers, offices de tourisme, prestataires touristiques, Meet in Alsace (bureaux des Congrès)).
- Programme :
  - 9 au 13/12 : rendez-vous de démarchage en 2 groupes auprès des TO Loisirs implantés à New York et dans le New Jersey.
  - 10/12 : soirée événementielle pour 40 prescripteurs MICE, agences de voyages et TO :
    - Présentation de la destination Alsace et des partenaires alsaciens présents,
    - Cocktail Networking,
    - Visite du Marché de Noël Strasbourg-Alsace avec dégustation de vin chaud et de tartes flambées.

ZOOM



## 14 ÉDUCTEURS EN 2019

• en partenariat avec ADT et/ou l'ARTGE

### ■ MARCHÉS DE PROXIMITÉ

#### • 24/02 - 10/03 - Grande Bretagne :

TO GREAT RAIL JOURNEYS - 2 x 2 participants accompagnateurs de groupes. Spécialiste des courts séjours urbains à travers l'Europe. 3 000 personnes en 2019 ont ainsi séjourné à Strasbourg grâce à Great Rail Journeys.

#### • 16-17/03 - Prétour Rendez-vous France :

Allemagne - Danemark - Espagne - Italie :

Thématique : L'Alsace - 8 personnes au total.

#### • 15-16/04 - Eductour Golf in Alsace :

Allemagne, Suisse et Belgique :

Thématique : "Trophée des Capitaines".

Participants : 20 à 25 capitaines Séniors prescripteurs de voyages golfs de groupes.

#### • 24/05 - Marché Néerlandais :

Participants : 4 TO spécialisés dans les randonnées à vélo.

Programme : 1 journée de découverte de la ville via une promenade à vélo et une balade gourmande.

#### • 16-18/03 - Prétour workshop Rendez-vous France :

Thématique "Grand Est - Unesco".

Participants : 8 personnes au total

Marchés représentés : Chine - Inde - Japon - Russie - USA.

### ■ MARCHÉS LOINTAINS

#### • 21-24/03 - Post-tour workshop

Rendez-vous France : Taïwan

2 participants :

- Capital International Travel Service, TO spécialiste FIT et petits groupes à forte valeur ajoutée : industrie de la haute technologie, médecins, professeurs.

- Mme Sophie WENG - Directrice Atout France Corée et Taïwan.

Programme de découverte de Strasbourg et de l'Alsace en Free-drive.

#### • 27-28/03 - Post-tour workshop

Rendez-vous France : Inde

2 participants : Mme et M. Mansukhani,



propriétaires des structures Destination Management Travel Services & Unusual Hotels of the World India Pvt. Ltd Type de clientèle : CSP ++ haut de gamme.

#### • 12-13/04 - Inde - Bureau Atout France

Mme Shriya VIDWANS - Promotion Manager. Programme de découverte de Strasbourg et de l'Alsace.

#### • 23/11 - Philippines

Famtrip organisé par le TO G2 Travel basé à Hong Kong.

Participants : 18 propriétaires d'agences de voyages, comptes-clés du groupe G2 Travel sur le marché philippin.

Programme de découverte de Strasbourg et des marchés de Noël.

#### • 25-26/11 - Mexique

En partenariat avec le Bureau Atout France de Mexico et Air France

Participants : 9 Travel Managers représentant d'importantes entreprises privées en recherche de destinations à proposer dans le cadre d'organisation d'opérations MICE et Loisirs Haut de gamme.

Focus Strasbourg : Culture - Gastronomie - Institutions européennes - Offre hôtelière...

#### • 2-3/12 - USA

Sur demande d'Atout France USA et avec Raileurope

Thématique : Noël en Alsace - Focus sur les marchés de Noël de Strasbourg.

Participants : 7 conseillers de voyages VIRTUOSO, réseau mondial regroupant les meilleures agences de voyage de luxe et des partenaires privilégiés (hôtels, croisiéristes, TO, etc.), 1 journaliste de Travel Weekly, 1 accompagnant Rail Europe.

2/06 et 15/09 - 2 éducteurs sur le thème

## ET SI STRASBOURG AVAIT ENCORE DES CHOSES À VOUS DIRE ?

Un programme-surprise dévolu aux institutionnels du tourisme et aux équipes des offices de tourisme (OT) d'Alsace pour une (re)-découverte de la ville.

Dynamique, surprenante, cosmopolite, multiculturelle, doublement classée à l'Unesco pour la beauté de ses quartiers architecturaux et offrant une douceur de vivre inégalée...

Voilà Strasbourg telle que l'OTSR souhaitait la faire (re)-découvrir aux équipes des OT d'Alsace et des institutionnels du tourisme alsaciens.

Un programme, alliant un large tour de ville en mini-bus décapotable, une balade à pied sur le quai des Bateliers nouvellement piétonnisé, la découverte insolite des Ateliers de la Fondation de l'Œuvre Notre-Dame, une visite guidée thématique, un déjeuner et une promenade sur l'ill dans les petits bateaux électriques sans permis, offrait de vivre une belle journée de slow-tourisme urbain !

Pari réussi avec plus de 45 participants venus de toute l'Alsace !

## ...SÉDUIRE, ET INFORMER LE GRAND PUBLIC

### CLUSTER "TOURISME EN VILLE"

Toute l'année

- Cibles : grand public et pros.
- Objectifs : augmenter la notoriété des destinations à l'international pour déclencher l'envie de venir dans les villes adhérentes et générer ainsi des courts séjours.
- Le Cluster "Tourisme en Ville" d'Atout France réunit 30 OT français.

Au-delà de la pertinence des échanges avec d'autres destinations de tourisme urbain en France, c'est un relais de communication complémentaire aux actions entreprises par l'OTSR sur ses marchés-cibles qui permet à Strasbourg de se positionner sur des marchés secondaires sur lesquels l'OTSR n'est pas présent et actif.

### ■ ALLEMAGNE, ESPAGNE, PAYS-BAS, GRANDE BRETAGNE

#### #TOPFRENCHCITIES - Communication digitale - web et réseaux sociaux

- Site dédié aux Top French Cities intégré

au site France.fr en Grande-Bretagne, Allemagne, Espagne et aux Pays-Bas.

- Création de 29 contenus thématiques et événementiels par des influenceurs d'Allemagne, de Grande-Bretagne et d'Espagne et traduction dans les autres langues.

- Espace géré dans la langue du marché par le Cluster avec les bureaux d'Atout France.

#### • Bilan toutes versions du site :

- 403 751 pages vues,
- 242 693 visiteurs.

### #TOPFRENCHCITIES

#### Campagnes de communication

- Contenu : 29 pages villes, pages thématiques, newsletters, posts organiques boostés, posts sponsorisés, posts carrousels sponsorisés, articles de blogs.

#### • Bilan :

- Allemagne : campagne du 7/03 au 31/12 : Facebook - SEA (Google Adwords)\* - Display\* - Reach Facebook\* : 534 846 - 111 224 clics (Facebook : 2080,

Adwords : 88 223, Display : 20 921)

- Espagne : campagne du 22/03 au 5/12 :

Facebook - SEA (Google Adwords)\*

- Reach Facebook\* : 3 723 522

- 56 371 clics (Facebook : 32 517,

Google Adwords : 23 854)

- Pays-Bas : toute l'année

Facebook et SEA (Google Adwords)\*,

collaboration avec 6 influenceurs,

4 e-newsletters (avril, mai, mi-juin et fin juin)

- 100 592 pages vues sur les articles de blogs

- Reach Facebook\* : 2 241 432

- 31 977 clics (Facebook : 19 409,

Google Adwords : 10 691, newsletters : 1 877)

- Grande-Bretagne : campagne en 2 phases :

avril à juillet et octobre à décembre :

Facebook et SEA (Google Adwords)\*

- Reach Facebook\* : 5 833 348

- 60 246 clics (Facebook : 32 172, Adwords : 28 074)

\* "Reach" ou "portée" : nombre de personnes ayant reçu des impressions d'une publication

SEA : "Search Engine Advertising" : lien sponsorisé

ou "référéncement payant"

Display : achat d'espace publicitaire sur Internet

# LES SERVICES LA COMMUNICATION ET LES RELATIONS PRESSE

## TÉLÉS, MAGAZINES, RADIOS, BLOGS : STRASBOURG À LA UNE PARTOUT DANS LE MONDE !

### QUELQUES CHIFFRES

**94** accueils de presse  
**139** journalistes et  
blogueurs accueillis  
**135** médias  
**23** pays différents

ZOOM

Accueils de presse, conférences de presse, workshops... Comme chaque année, l'OTSR a déployé les grands moyens pour faire parler de Strasbourg et contribuer à sa notoriété, en France et bien au-delà de nos frontières.

## LES ACCUEILS DE PRESSE

**94 accueils de presse** ont été réalisés en 2019, en direct ou en collaboration avec Atout France, l'Agence d'Attractivité de l'Alsace (AAA) ou Alsace Destination Tourisme (ADT).

Ils ont concerné **139 journalistes et blogueurs** issus de **23 pays** différents : Allemagne, Australie, Autriche, Azerbaïdjan, Belgique, Brésil, Canada, Chine, Corée, Émirats arabes unis, Espagne, États-Unis, France, Italie, Japon, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Roumanie, Royaume-Uni, Serbie, Suisse, Thaïlande.

La **presse européenne** s'intéresse toujours autant à Strasbourg : les journalistes, cette année, sont venus essentiellement de France (125), Allemagne (15), Italie (13), Espagne (9), Pays-Bas (8), Royaume-Uni (7), Belgique (4) et Suisse (2).

Mais les médias venus **d'autres continents** sont toujours plus nombreux à être conquis par notre ville : cette année ce fut en particulier le cas de la **presse américaine** (6 médias différents venus des États-Unis !), mais aussi brésilienne (6) et australienne (2). Parmi les **135 médias** accueillis, de nombreux supports prestigieux :

### ■ des journaux et magazines réputés

*Le Monde* (323 000 ex., 21,7 millions de lecteurs, France), *Reader's digest* (900 000 ex., 12,7 millions de lecteurs, Pays-Bas), *Elle à table* (87 000 ex., 10,4 millions de lecteurs, France), *Daily Mail* (1,2 million ex., 2,3 millions de lecteurs, Royaume-Uni), *Maxi cuisine* (109 000 ex., 1,8 million de lecteurs, France), *Hi Europe* (100 000 ex., 1,4 million de lecteurs, Chine), *Delicious magazine* (60 000 ex., 593 000 lecteurs, Royaume-Uni), *Travel Weekly* (37 000 ex., 567 000 lecteurs, États-Unis), *Stuttgarter Zeitung* (188 000 ex., 500 000 lecteurs, Allemagne), *France Today* (50 000 ex., 250 000 lecteurs, Royaume-Uni).

Les articles sont généralement mis en ligne sur les sites des journaux parallèlement à leur sortie papier, ce qui accroît considérablement le nombre de lecteurs.

### ■ des guides touristiques de référence

comme *Le Guide Vert* (France)

### ■ des sites internet très visités

[www.heritagehotelsotw.com](http://www.heritagehotelsotw.com) (Royaume-Uni, 154 millions de visiteurs uniques/mois), [www.lefigaro.fr](http://www.lefigaro.fr) (France, 24 millions de visiteurs uniques/mois), [www.independent.co.uk](http://www.independent.co.uk) (Royaume-Uni, 22 millions de visiteurs uniques/mois) [www.minube.com](http://www.minube.com) (Espagne, 2,5 millions de visiteurs uniques/mois), [www.revistatraveling.com](http://www.revistatraveling.com) (Espagne, 210 000 visiteurs uniques/mois)

### ■ des radios très écoutées

comme *France Inter* (6,9 millions d'auditeurs), *SANEF* (6 millions d'auditeurs), ou *Hit West* (294 000 auditeurs), et, à l'étranger, la *RTBF* (Belgique, 1,9 million d'auditeurs), *Radio Belgrad 1* (Serbie, 300 000 auditeurs), ou *Radio Central* (Suisse, 200 000 auditeurs).

### ■ et des blogs, de plus en plus nombreux

une trentaine cette année, un record ! Parmi eux, [www.vounajanela.com](http://www.vounajanela.com), un blog de voyage brésilien totalisant 489 000 visiteurs uniques par mois.



## DE GRANDES CHAÎNES DE TÉLÉVISION DU MONDE ENTIER SE SONT INTÉRESSÉES À LA VILLE

● En France : *France 3 Grand Est* (émission "Complètement à l'est", quotidienne, 500 000 téléspectateurs/épisode, chaîne publique du groupe *France Télévisions*, thématique abordée : Airbnb).

● Aux Émirats arabes unis : *Al Arabiya* (journal télévisé ; 70 millions de téléspectateurs, diffusée dans de nombreux pays du Moyen-Orient, d'Asie et d'Afrique ; chaîne d'information privée du groupe *Middle East Broadcasting Center* (MBC)).

● Au Japon : *TV Asahi* (11,3 millions de téléspectateurs, chaîne privée).

● En Corée du sud : *Munhwa Broadcasting Corporation* (MBC) (émission "MBC Documentary Prime", 4<sup>e</sup> chaîne du pays, privée, thématique abordée : décentralisation et développement régional équilibré).

● En Allemagne : *WDR* ("2 für 300", 33 épisodes, 1,2 million de téléspectateurs par épisode, 3<sup>e</sup> chaîne du Land Rhénanie-du-Nord-Westphalie, publique, thématique abordée : organiser un week-end dans une grande ville européenne à moins de 300 euros pour deux) et *Arte* (documentaire, chaîne publique diffusée aussi en France, thématique abordée : guerre franco-allemande de 1870-71).

● En Roumanie : *Pro TV* (reportages, 1 million de spectateurs, chaîne privée du groupe *Central European Media Enterprises*, également diffusée en Moldavie).

UNE  
IMPRESSIONNANTE  
CONTRE-VALEUR  
PUBLICITAIRE



## STRASBOURG, CAPITALE DE NOËL :

Comme chaque année, l'intérêt pour cet événement ne se dément pas : **27 journalistes et blogueurs** accueillis pendant la période.



ZOOM

## UNE BONNE COUVERTURE DE "STRASBOURG MON AMOUR"

La presse régionale a, une fois encore, très largement soutenu la 7<sup>e</sup> édition de "Strasbourg mon amour". Mais l'événement a également séduit la presse nationale et des médias de référence comme *Le Parisien* (184 000 ex., 22 millions de lecteurs), *20 Minutes* (27 000 ex., 22 millions de lecteurs), *BFM TV* (14,7 millions de téléspectateurs), *L'Express* (201 000 ex., 11 millions de lecteurs), *Version Femina* (2,3 millions d'ex., 7,4 millions de lecteurs), *Télé Star* (692 000 ex., 6 millions de lecteurs), *France Bleu* (3,7 millions d'auditeurs), *RFM* (2,1 millions d'auditeurs), *Mon jardin et ma maison* (100 000 ex., 1,6 million de lecteurs), *Valeurs actuelles* (96 000 ex., 411 000 lecteurs) ou *FIP* (234 000 auditeurs). On a également parlé du festival en dehors de nos frontières (Allemagne, Belgique, Espagne, Italie, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suisse). Au total, ce sont plus de **130 retombées médiatiques** et **420 000 euros de contre-valeur publicitaire**.

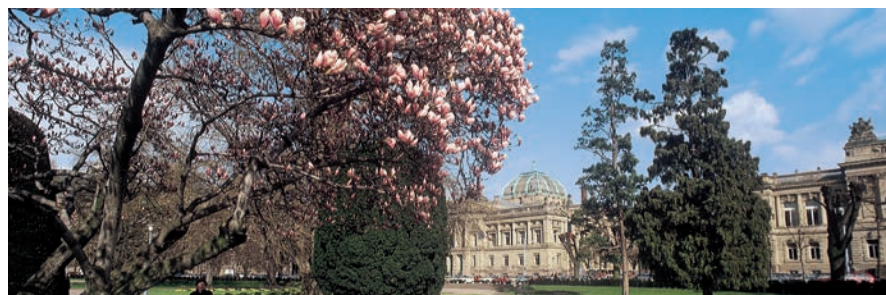
Le bilan chiffré des relations presse de l'année 2019 est impressionnant :

- plus de **253 ARTICLES ET RETOMBÉES RADIO ET TÉLÉVISION**
- et une contre-valeur publicitaire de **PLUS DE 3,8 MILLIONS D'EUROS**.

## LES WORKSHOPS ET CONFÉRENCES DE PRESSE

En 2019, l'OTSR a participé à 2 rencontres avec la presse nationale et internationale :

- le workshop du Club Presse des Offices de Tourisme à Paris, le 12 février 2019. Près de 100 journalistes présents, avec d'importants supports : *La Croix*, *Femme Actuelle*, *France 3*, *Marie Claire*, *Elle*, *TV5 Monde*, *VSD*...
- le workshop "Noël en Alsace" organisé par l'AAA à Paris, le 17 octobre 2019. Parmi les 20 journalistes présents : *Le Figaro*, *Le Monde*, *oui.snfc*, *Les Echos*, *Femme actuelle*, *Histoire et patrimoine magazine*, *Mon jardin et ma maison*...



## ILS ONT PARLÉ DE STRASBOURG...

“There's something for everyone to fall in love with here.”

**The good life France (Royaume-Uni)**  
Janine Marsh, été 2019.

“In Straßburg ist der offizielle Sitz des EU-Parlaments. Eine Stadt mit Symbolkraft für Europa - und der beste Ort für einen Kurz-Trip.”

**Bonjour Europa (Autriche)**  
Annemarie Josef, 19/05/2020

6 conférences de presse ont également été organisées :

- la 7<sup>e</sup> édition de "Strasbourg mon amour" en janvier,
  - les visites-conférences en avril,
  - le bilan de mi-saison en juillet,
  - le bilan de la saison estivale en septembre,
  - la 8<sup>e</sup> édition de "Strasbourg mon amour" en novembre
  - ainsi que le marché de Noël à New York.
- Sans oublier les nombreux communiqués de presse diffusés tout au long de l'année sur "Strasbourg mon amour", les visites-conférences, les bilans touristiques... Ils ont généré de nombreux articles dans la presse locale, interviews radiophoniques et reportages à la télévision.



## CAMPAGNE DIGITALE DE L'EMS "SIMPLEMENT EXCEPTIONNELLE"

Pour réduire la trace laissée auprès du public par les événements tragiques survenus le 11 décembre 2018, l'Eurométropole a souhaité lancer une campagne digitale, "SIMPLEMENT EXCEPTIONNELLE". Strasbourg y était présentée comme une destination attractive et incontournable. Cette campagne a été diffusée en 3 vagues en juillet, octobre et décembre.



ZOOM

# LES SERVICES

## LES VISITES GUIDÉES

**76** guides-conférenciers font découvrir Strasbourg en **15** langues

L'OTSR offre la possibilité aux groupes, depuis 2019, de réserver des visites guidées en **portugais, catalan et valencien**.



Qu'ils soient en groupes, seuls ou en famille, quels que soient leurs centres d'intérêt, les visiteurs de toutes nationalités disposent à l'OTSR de différentes formules bien adaptées pour explorer au mieux les richesses culturelles de la ville... et tomber sous le charme de Strasbourg.

### POUR LES GROUPES

En 2019, **2 695 visites** ont été organisées par le service des visites guidées. Parmi les visiteurs, les germanophones ont été les plus nombreux à recourir aux services d'un guide (39 %), juste avant les francophones (37 %), suivis loin derrière par les anglophones (15 %) puis les italophones, hispanophones et russophones.

### POUR LES INDIVIDUELS

• **5 325 visiteurs** ont choisi de louer un **audio-guide** disponible en 5 langues pour visiter la ville, à leur rythme et en toute liberté, soit une baisse de **4 %** par rapport à 2018.

• **10 753 billets** ont été vendus en 2019 pour les **visites-conférences**, soit une légère hausse de **4 %** par rapport à 2018. Ont été effectuées au total **625 visites**, le plus grand nombre jamais proposé. Et les **133 visites** proposées en allemand ont atteint le chiffre de **2 590 participants**.



ZOOM

## LES VISITES-CONFÉRENCES

En complément de la visite classique "La vieille ville, de la cathédrale à la Petite France" essentiellement destinée aux touristes, l'OTSR s'emploie à renouveler et enrichir chaque année son offre de visites thématiques : un véritable atout de séduction et de fidélisation pour un public passionné, en grande partie alsacien.

Dans la "top list" des visites les plus suivies en 2019 :

- "À la découverte du Strasbourg insolite et méconnu"
- "Les cours du vieux Strasbourg"
- "Portes et portails remarquables des maisons strasbourgeoises"
- "Les Hospices civils (avec visite de la cave du XIV<sup>e</sup> siècle)"
- "Les Villas 1900"
- "La Maison Kammerzell : un fleuron de la Renaissance"

Parallèlement, l'OTSR propose **chaque année certaines visites thématiques** :

- "Les bâtiments remarquables du quartier européen" dans le cadre des Journées du Patrimoine un samedi de septembre (gratuit)
- "Sur les traces du patrimoine juif" à l'occasion de la Journée européenne de la culture juive le 1<sup>er</sup> dimanche de septembre, en français et en allemand (tarif réduit)
- "Les façades de la cathédrale racontées aux enfants" et "La vieille ville présentée aux enfants" lors des vacances scolaires (tarif réduit)...



### UNE NOUVELLE BROCHURE

L'OTSR a souhaité, en 2019, rendre la brochure des visites-conférences plus attractive. Pour cela et pour la première fois, une courte description et une photo détaillent chaque visite. Un calendrier reprenant chronologiquement toutes les visites proposées durant l'année y a également été intégré. Grâce à cette nouvelle présentation, l'OTSR a suscité encore plus l'intérêt des visiteurs et des Strasbourgeois pour ce riche programme de visites.

ZOOM

## LANCEMENT DE LA VENTE EN LIGNE DES VISITES POUR INDIVIDUELS

La mise en place du nouveau site internet de l'OTSR a permis le lancement de la vente en ligne des visites pour individuels dès décembre 2019. Ce n'est pas moins de 85 visites-conférences diverses et variées qui ont pu être achetées via ce nouveau site dès la fin d'année. La démarche simplifiée en cliquant sur le bouton "réserver" pour accéder à la boutique en ligne a déjà séduit et convaincu de nombreux internautes.



Statue du Général Kléber - Christophe Hamm

### QUELQUES THÈMES PRÉSENTÉS POUR LA PREMIÈRE FOIS EN 2019

- "La Grand'rue"
- "La libération de Strasbourg : cinq mois pour finir la guerre"
- "Le général Kléber dans sa ville natale"
- "Strasbourg sous la Révolution"
- "Strasbourg de nuit"
- "Strasbourg durant la Première Guerre mondiale"
- "Conte-moi Strasbourg si tu peux !"



Grand'rue-Philippe de Rexel



## L'ACCUEIL

### NOTRE PRIORITÉ !

En 2019, ce ne sont pas moins de **588 000 personnes** qui ont poussé la porte de notre bureau d'accueil place de la Cathédrale, ouvert 365 jours par an de 9h à 19h.

Les conseillers en séjour de l'OTSR accueillent et informent avec professionnalisme et disponibilité les centaines de visiteurs qui, chaque jour, viennent à sa rencontre.

Premiers ambassadeurs et promoteurs de la destination, l'équipe est formée et sensibilisée tout au long de l'année aux richesses et aux offres de son territoire.

Elle est également accompagnée afin de pouvoir ajuster ses réponses aux exigences toujours plus nombreuses et pointues des visiteurs.

L'équipe d'accueil participe au choix des produits proposés à la Boutique, la gamme évoluant et s'enrichissant continuellement afin de correspondre aux attentes des clients en perpétuelle évolution.

## EURACCUEIL HÉBERGER L'EUROPE À STRASBOURG

Créé en 1981, ce service a pour mission d'assurer dans les meilleures conditions l'hébergement des personnels liés aux institutions européennes.

Sessions du Parlement, congrès politiques, manifestations, missions temporaires... autant de temps forts qui mobilisent les compétences spécialisées d'Euraccueil qui a géré en 2019 près de **2 627 réservations** représentant au total **2 647** nuitées pour 11 sessions.

Ces réservations concernent une grande diversité de professions : députés européens, fonctionnaires, assistants, journalistes, interprètes, diplomates, personnalités politiques, groupes ou personnalités invitées par la Ville de Strasbourg, le Parlement européen ou le Conseil de l'Europe... Equipé d'un logiciel spécifique pour la gestion d'hébergement, Euraccueil dispose d'une complète autonomie dans le cadre de ses attributions : quota de chambres dans chaque hôtel, contrats avec les hôtels et les différents partenaires, rooming-lists, réservations individuelles et de groupes... dans le strict respect des règles de discrétion et de confidentialité pour la sécurité des personnels politiques européens.

**2 627**  
**réservations**  
pour les institutions  
européennes en 2019

ZOOM

Véritable lien entre les institutions européennes et la Ville de Strasbourg, Euraccueil assure, durant chaque session, une permanence au Parlement pour prendre en charge les demandes d'information et de réservation.



# LES ÉDITIONS

## FACILITER ET ANIMER LE SÉJOUR DES VISITEURS

Brochures, plans, guides... chaque année, l'OTSR édite et réactualise une vingtaine de documents touristiques et promotionnels, offrant ainsi à tous les publics des informations précises, fiables et variées sur Strasbourg et sa région. La plupart est disponible en plusieurs langues.

### ÉDITIONS D'ACCUEIL



Programme  
des visites-  
conférences



Se loger  
11 000 ex.



"Toute la ville  
en poche"  
6 langues,  
200 000 ex.



Se restaurer  
17 000 ex.



Familiti,  
guide  
pratique  
3 langues



Familitirali  
3 langues



Doc souvenir  
3 langues,



Guide  
d'accueil  
Strasbourg  
3 langues,  
100 000 ex.



Plan Guide  
Strasbourg  
3 langues,  
400 000 ex.



# ÉDITIONS PROMOTIONNELLES



**Manuel de vente**  
3 langues, 500 ex.



**Etre adhérent mode d'emploi**  
800 ex.

# ÉDITIONS SPÉCIFIQUES



**Plan d'accès des cars de tourisme**  
3 langues



**Visites guidées**  
4 langues



**Visite audio-guidée**  
5 langues



**Strasbourg patrimoine mondial de l'UNESCO**



**Programme "Strasbourg mon amour"**  
3 langues  
20 000 ex.



**"Strasbourg facile"**  
Français



# ÉDITIONS EN VENTE



**Balades Strasbourgeoises**  
3 langues



**Plan pour se balader...**  
9 langues



**Strasbourg Pass Adulte**  
3 langues



**Strasbourg Pass Junior**  
3 langues



# LES ÉDITIONS



## LE STRASBOURG PASS, POUR DÉCOUVRIR LA VILLE

Ce petit chéquier permet d'accéder gratuitement ou à tarif réduit aux différents sites et monuments de la ville, pour profiter au mieux de son séjour à Strasbourg...

## VISITER PLUS ET DÉPENSER MOINS !

### ■ 3 prestations gratuites :

- la visite d'un musée au choix,
- une promenade en bateau dans Strasbourg,
- la découverte de l'Horloge Astronomique de la cathédrale.

### ■ Des prestations à tarif réduit :

- la montée à la plateforme de la cathédrale,
- la visite d'un deuxième musée,
- une promenade en mini-train (d'avril à mi-novembre),
- une visite guidée à pied (de mars à décembre),
- une visite audio-guidée,
- la visite du Vaisseau.
- la visite du musée "Les secrets du chocolat".
- la visite du musée "Château Vodou".

### ■ Et + encore :

- 1/2 heure offerte pour toute location de bateau électrique
- - 20 % sur certains produits de la boutique.

### ■ Son prix :

Pass adulte : 22 €

Pass junior : 10 € (enfants de 4 à 12 ans), 15 € (de 13 à 17 ans).

### ■ Sa validité :

Le Strasbourg Pass est valable 3 jours consécutifs à compter de sa date d'achat.

### ■ Où le trouve-t-on ?

À l'OTSR et dans un grand nombre d'hôtels de Strasbourg et environs.

## POUR LES PROS

Innover, soutenir et faciliter le travail des professionnels du tourisme est une priorité pour l'équipe "promotion" de l'OTSR. Chaque année, une remise à jour complète des documents qui leur sont destinés permet d'en optimiser l'efficacité.

## LE PLAN AUTOCARISTES ACCÉDER VITE ET MIEUX À LA VILLE

Édité en 3 langues,

il contient toutes les infos pratiques pour faciliter l'accès de la ville aux chauffeurs des autocars de tourisme. Il est conçu en 2 parties :

### ■ au recto

- les lieux autorisés de dépose/reprise des passagers,
- les parkings réservés aux autocars de tourisme,
- les renseignements pratiques : tarifs de stationnement, accès au centre-ville par le tram, accès aux personnes à mobilité réduite.

### ■ au verso

- le plan complet de la ville,
- un zoom sur le centre,
- le répertoire des rues.



## LE MANUEL DE VENTE UN OUTIL EXCLUSIVEMENT DESTINÉ AUX PROFESSIONNELS DU TOURISME

Tout au long de l'année, cet outil très complet de promotion est distribué aux niveaux national et international à l'occasion des workshops, des salons pros et des accueils de professionnels (éducateurs) et expédié sur simple demande. Il est imprimé en 500 exemplaires et disponible en téléchargement sur le site internet de l'OTSR, sous forme d'un PDF interactif.

Sa réactualisation annuelle permet d'apporter des informations complètes, précises et fiables dans tous les domaines stratégiques : activités pour groupes, hébergement, restauration, découverte du patrimoine, tourisme d'affaires.



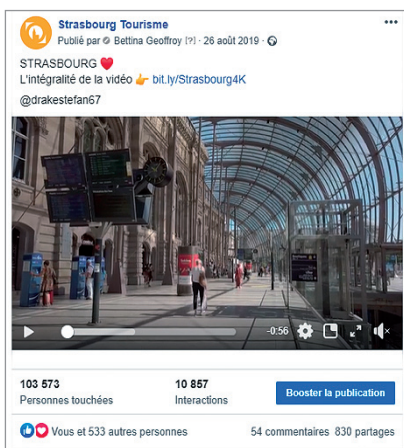
# LE SITE INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

## DES CONTENUS VIDÉO TOUJOURS PLUS PLÉBISCITÉS

La vidéo est l'un des moyens les plus efficaces de booster l'engagement sur les réseaux sociaux. Véritable outil de séduction et de promotion de la destination, elle permet de développer sa notoriété et de toucher de nouveaux utilisateurs. En voici quelques exemples...

### • VIDÉO STRASBOURG EN 4K

- 26/08/2019 : partagée sur Facebook et Instagram, cette vidéo de Strasbourg, dont l'auteur nous a autorisé le partage, a généré 10 857 interactions, 54 commentaires et 830 partages sur Facebook (couverture estimée 103 000 personnes touchées). Sur le réseau Instagram elle a produit 3 854 vues et généré 44 commentaires (couverture estimée 10 403 personnes touchées).



### • VIDÉOS DU MARCHÉ DE NOËL DE STRASBOURG-ALSACE À NEW YORK (EN PARTENARIAT AVEC STRAS TV)

- 05/12/2019 : les derniers préparatifs avant le lancement de l'événement  
- 06/12/2019 : l'inauguration (couverture estimée à 225 000 personnes touchées)



### • VIDÉOS DE STRASBOURG, CAPITALE DE NOËL

- 29/10/2019 : l'arrivée du Grand Sapin sur la place Kléber. Un reportage réalisé par Stras TV (couverture estimée à 116 000 personnes touchées)  
- 18/11/2019 : la publication d'un timelapse enregistré depuis les fenêtres du bureau de l'OTSR pour capter les images du montage des chalets situés place de la cathédrale  
- 22/11/2019 : le partage en live du lancement de "Strasbourg, Capitale de Noël", initié par la Ville et l'Eurométropole de Strasbourg  
- 05/12/2019 : le lancement d'un tout nouveau format intitulé "On a testé pour vous", entièrement réalisé par l'OTSR. Le premier sujet a permis de faire découvrir les spécialités culinaires du Liban, pays invité d'honneur de "Strasbourg, Capitale de Noël" (couverture estimée à 3 900 personnes touchées).



### DES CONTENUS PHOTOS TOUJOURS TRÈS APPRÉCIÉS SUR INSTAGRAM

Les contenus photos du marché de Noël et de la cathédrale sont ceux qui ont été les plus aimés en 2019. Nul doute qu'ils ont permis de faire rayonner notre ville et suscité des envies de séjour à Strasbourg. Ci-dessous, le top 3 des photos ayant généré le plus de mention J'aime.



1 734 mentions J'aime (couverture 18 870 / 1 846 interactions)



1 935 mentions J'aime (couverture 16 111 / 2 038 interactions)

QUELQUES CHIFFRES  
www.otstrasbourg.fr  
www.visitstrasbourg.fr

793 282 visiteurs en 2019  
soit -2 % par rapport à 2018

19 439 mentions J'aime  
au 31 décembre 2019 soit + 12 %  
par rapport à décembre 2018

5 834 abonnés  
au 31 décembre 2019 soit + 14 %  
par rapport à décembre 2018

16 495 abonnés  
au 31 décembre 2019 soit + 36 %  
par rapport à décembre 2018

## MISE EN LIGNE DU NOUVEAU SITE INTERNET

Le nouveau site Internet de l'OTSR a été mis en ligne le 27 novembre 2019.

On y trouve plusieurs nouveautés :



• Un bouton **RÉSERVER** donnant accès à la boutique en ligne qui permet l'achat de visites guidées pour individuels seules ou accompagnées d'un Strasbourg Pass.

• Une recherche personnalisée en fonction du type de visiteur (famille, couple, personne seule, voyage d'affaires...) et de ses envies (loisirs, culture, gastronomie, shopping...)

Des vacances en Alsace, selon votre image



• Davantage d'interactions avec les réseaux sociaux (cf. flux de photos Instagram)



• Les coups de cœur du moment avec les conseils avisés de notre équipe, actualisés chaque semaine avec la mise en ligne d'un nouveau coup de cœur.



# LE BILAN QUALITÉ

## QU'ONT PENSÉ NOS VISITEURS DE L'ACCUEIL QUI LEUR A ÉTÉ RÉSERVÉ ?

**97** QUESTIONNAIRES ont été complétés en ligne par le biais d'un questionnaire dématérialisé dont le lien est inséré dans les signatures mails de l'accueil téléphonique.

### RÉSULTATS

**Délai de réponse selon le mode de contact**

Téléphone	94,1 %
Courrier	93,8 %
Fax	100 %
E-mail	88,5 %

**Attitude du personnel** (présentation si contact téléphonique) **81,9 %**

**Amabilité et disponibilité du personnel** (si contact téléphonique) **82,9 %**

**Compétence du personnel**

Compréhension de la demande **86 %**

Réponse adaptée à la demande **86 %**

Réorientation vers d'autres structures si nécessaire **75 %**

**Précision des informations données** **86,8 %**

**Invitation à découvrir d'autres sites, animations, activités** **78,4 %**

**Qualité des documents reçus** **98,1 %**

**Appréciation globale sur les services de l'OTSR** **86,5 %**

**48** répondants d'origine française et **34** d'origine étrangère



## UNE ÉQUIPE AU SERVICE DE LA QUALITÉ !

Petit retour en arrière... L'OTSR s'était vu décerner

la marque Qualité Tourisme™ le 14 octobre 2015.

Pour mémoire, la marque Qualité Tourisme™, portée par Offices de Tourisme de France, valorise le professionnalisme et le haut niveau de service proposé par

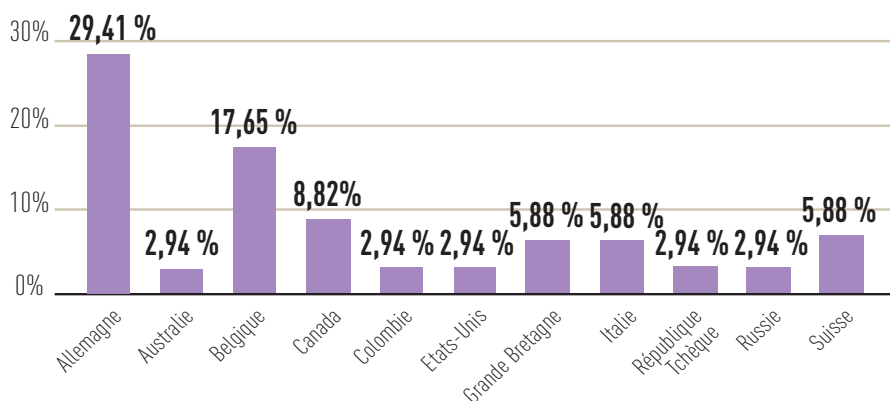
les structures d'accueil.

En février 2019, soit un peu plus de trois années plus tard, un nouvel audit de contrôle mené par un cabinet externe est venu conforter le travail des équipes en octroyant le renouvellement de l'usage de la marque.

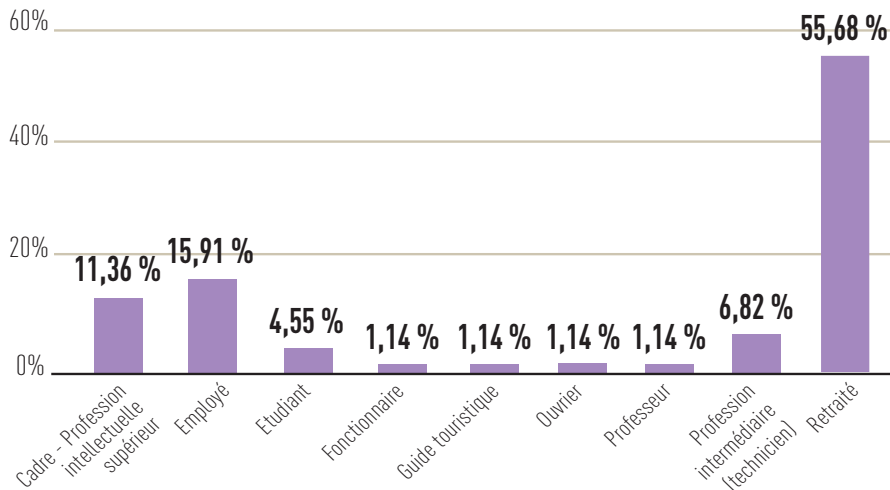
Un courrier daté du 15 mars 2019, adressé par le président des Offices de Tourisme de France, M. Christian Mourisard, est venu confirmer cet usage, désormais attribué pour une période de cinq ans.

WOZZ

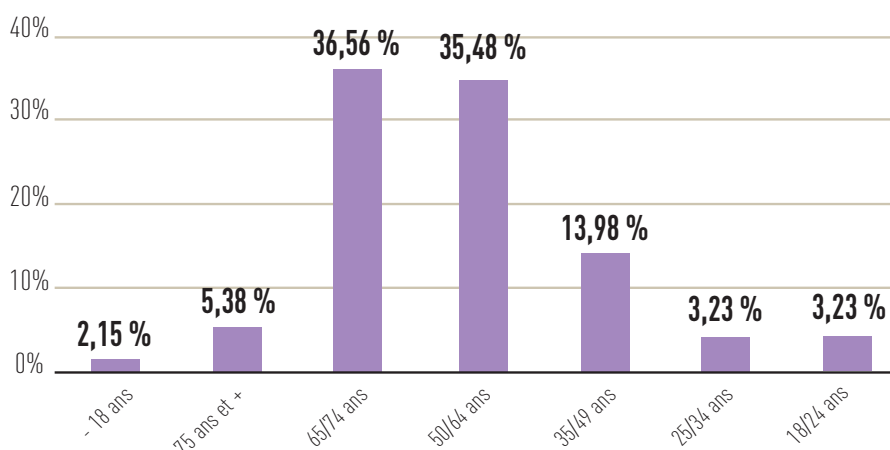
### LES NATIONALITÉS LES PLUS REPRÉSENTÉES



### PROFESSION



### ÂGE DES PARTICIPANTS





## SUGGESTIONS ET RÉCLAMATIONS

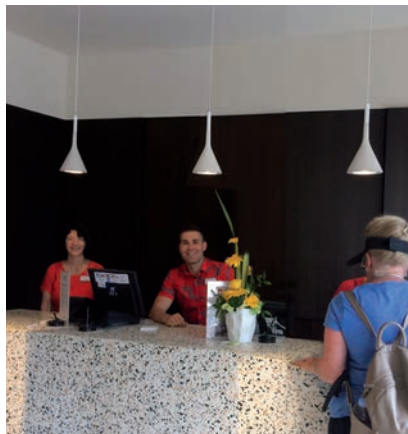
Ce sont **90 réclamations** qui ont été enregistrées l'an dernier (contre 122 en 2018). C'est donc une baisse de 26 % qui est enregistrée.

**Rappel :** dans le cadre de la mise en place d'un système de management par la qualité, notre office s'emploie à répondre aux plaintes dans un délai de 72 heures ouvrées. Les réclamations sont transmises pour traitement aux instances concernées (Ville et Eurométropole, hôtels, restaurants, sites touristiques, etc.) qu'elles soient adhérentes ou non de notre structure. Les membres de l'OTSR s'engagent à y répondre dans un délai raisonnable.

La mise en place d'un **formulaire de suggestion** en libre-service dans notre bureau d'accueil nous a permis de récolter **18 suggestions** en 2019.

**Les demandes les plus significatives concernent :**

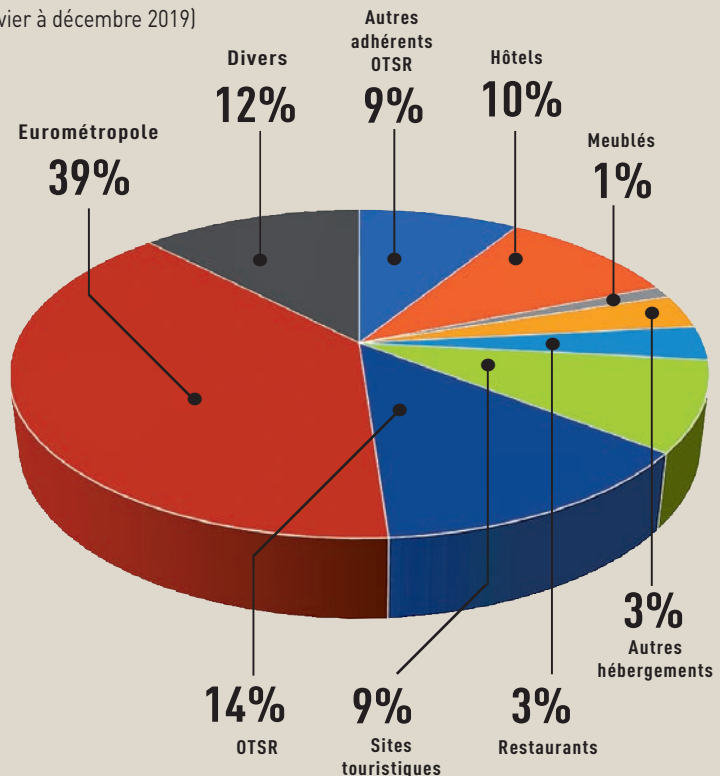
- le réaménagement d'une aire de service pour camping-cars,
- la mise à disposition d'un plan de ville gratuit,
- le manque de signalétique dans la ville,
- le manque de signalétique relative au spectacle de l'été,
- l'amélioration des conditions de visite de l'intérieur de la cathédrale.



L'OTSR REMERCIE SON PERSONNEL QUI ŒUVRE AU QUOTIDIEN POUR GARANTIR UN ACCUEIL DE QUALITÉ.

## RÉPARTITION DES RÉCLAMATIONS

(janvier à décembre 2019)

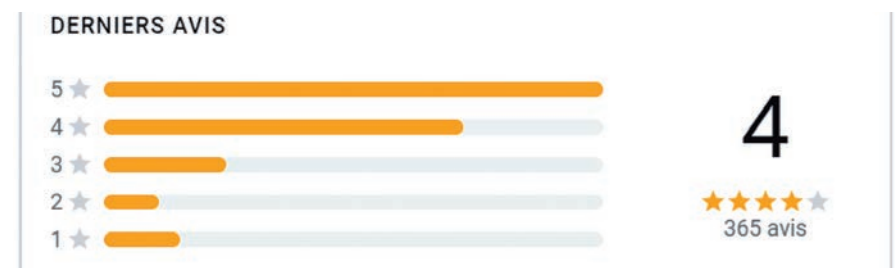


## VEILLER, AGIR, RÉAGIR POUR CONTRÔLER

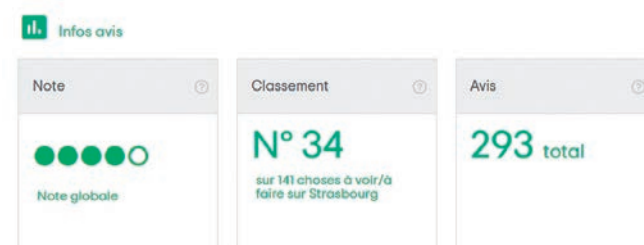
L'e-réputation peut être définie comme l'image véhiculée et/ou subie par une entreprise ou une marque sur Internet et sur d'autres supports numériques (avis clients, commentaires, étoiles, notes...).

C'est ainsi que l'OTSR attache un intérêt tout particulier aux avis laissés sur des plateformes en ligne telles que Google My Business et Trip Advisor. Les contributions des visiteurs, qu'elles soient négatives ou positives, sont analysées en interne avant de faire l'objet d'une réponse adaptée. Si nécessaire, des mesures correctives sont également proposées aux équipes afin d'améliorer l'expérience client et la réputation de l'OTSR.

### Google My Business



### Trip Advisor



# LES ADHÉRENTS

## ACTEURS MAJEURS DU TOURISME

Qu'il s'agisse d'hôtels, de restaurants, de bars, de meublés ou chambres d'hôtes, de musées, de sites ou de prestataires touristiques, de guides indépendants... les adhérents de l'OTSR contribuent tous activement à l'essor touristique de la ville et sa région.



## 4 BONNES RAISONS D'ADHÉRER À L'OTSR...

1

### UNE PRÉSENCE SUR LE SITE INTERNET DE L'OTSR

- Véritable porte d'entrée virtuelle de la ville pour les visiteurs
- Une fréquentation d'environ **800 000 visiteurs par an**
- Une version complète déclinée en **5 langues** (français, allemand, anglais, italien et espagnol) avec l'ensemble de l'offre sur Strasbourg : infos pratiques sur les accès, les possibilités d'hébergement, de restauration, les loisirs...

2

### UNE PRÉSENCE DANS LES BROCHURES ÉDITÉES PAR L'OTSR

- Plus d'une dizaine de brochures spécifiques par an :  
"Se loger" : 11 000 ex.,  
"Restaurants, bars, clubbing" : 17 000 ex.,  
"Manuel de vente" : 500 ex.

3

### UN EMPLACEMENT DANS LE BUREAU D'ACCUEIL DE L'OTSR POUR FAIRE CONNAÎTRE VOS PRODUITS ET VOS SERVICES

- **Place de la Cathédrale**  
ouvert de 9h à 19h,  
7 jours sur 7, 365 jours par an
- Près de **600 000 visiteurs par an**

4

### UNE PARTICIPATION AUX ACTIONS DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION DE L'OTSR

- Une représentation active en France et à l'étranger sur plus d'**une centaine d'opérations** (salons, workshops, éductours, accueils de presse, voyages de presse...) pour des clientèles de "professionnels", "groupes" ou "individuels"
- La promotion de votre établissement en fonction des demandes des journalistes, tour-opérateurs, agences de voyages...

EVOLUTION DU NOMBRE D'ADHÉRENTS DE L'OTSR	2018	2019
Hôtels	110	111
Résidences hôtelières	13	11
Chambres d'hôtes	66	66
Meublés de tourisme	97	83
Autres hébergements (campings, auberges de jeunesse, foyers...)	6	5
Restaurants	138	123
Traiteurs	1	1
Salons de thé, bars, discothèques	15	15
Guides indépendants	66	68
Autres professionnels (agences, loisirs, commerces...)	169	164
<b>TOTAL</b>	<b>681</b>	<b>647</b>

# UNE ÉQUIPE TOUJOURS DISPONIBLE

## 23 COLLABORATEURS SE MOBILISENT...



### ADMINISTRATION

#### DIRECTION



**Patrice GENY**  
Directeur  
pgeny@visitstrasbourg.fr



**Dominique WALLIOR**  
Directrice Adjointe  
Tél. 03 88 52 28 30  
dwallior@visitstrasbourg.fr



**Christine KLEIN**  
Assistante de Direction  
Tél. 03 88 52 28 24  
cklein@visitstrasbourg.fr

#### RELATIONS EXTÉRIEURES



**Marie SCHUELLER**  
Chargée de mission  
Responsable qualité  
Tél. 03 88 52 28 37  
mschueller@visitstrasbourg.fr



**Morgane RAAB**  
Chargée de mission  
Tél. 03 88 52 28 26  
mraab@visitstrasbourg.fr

#### COMMUNICATION - PRESSE



**Sophie BALLAND**  
Chargée de communication  
Tél. 03 88 52 28 27  
communication@visitstrasbourg.fr



**Géraldine AMAR**  
Attachée de presse  
Tél. 03 88 52 28 25  
presse@visitstrasbourg.fr

#### PROMOTION ET MARKETING



**Christine HARTER**  
Responsable  
Tél. 03 88 52 28 31  
promo@visitstrasbourg.fr



**Cécile FISCHER**  
Assistante  
Tél. 03 88 52 28 36  
promo2@visitstrasbourg.fr

#### SERVICE ET APPROVISIONNEMENT



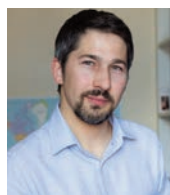
**Sugu KRISHNAPILLAI**  
Agent d'approvisionnement

#### COMPTABILITÉ



**Bertrand GSCHWIND**  
Comptable  
Tél. 03 88 52 28 23  
comptabilite@visitstrasbourg.fr

#### EURACCUEIL



**Nicolas WEVELSIEP**  
Chargé de mission  
Tél. 03 88 52 28 38  
euraccueil@visitstrasbourg.fr

#### VISITES GUIDÉES POUR GROUPES

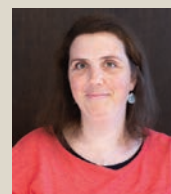
**Leslie ADAM**  
**Cathy ARTZ**  
**Valérie GARNIER**  
Tél. 03 88 52 28 20  
guides@visitstrasbourg.fr



**Cathy ARTZ**

### À L'ACCUEIL TOUTE L'ANNÉE

Tél. 03 88 52 28 28 - info@visitstrasbourg.fr



**Leslie ADAM**



**Véronique VOLTZ**



**Valérie GARNIER**



**Martine BARTH**



**Nadia BOES**



**Déborah LIENHARDT**



**Odile KUHN**



**Véronique ISCHIA**

### EN SAISON



**Sonja BAYRAM**



**Alexandra BODY**

### L'ACCUEIL TÉLÉPHONIQUE

est accessible du lundi au samedi  
de 9h à 12h30 et de 14h à 18h



OFFICE  
DE TOURISME  
DE STRASBOURG  
ET SA RÉGION

17 place de la Cathédrale - B.P. 70020  
67082 STRASBOURG CEDEX  
Tél : + 33 (0)3 88 52 28 28  
Fax : + 33 (0)3 88 52 28 29  
info@visitstrasbourg.fr  
[www.visitstrasbourg.fr](http://www.visitstrasbourg.fr)

Conception - réalisation : **L & I&**  
© : Couverture : Frantisek ZVARDON, CRTA - Jérôme DORKEL  
Dernière de couverture : Patrick BLESS - Jérôme DORKEL  
Pages intérieures : Paul Prim - Philippe de Rexel -  
Jérôme DORKEL - Christophe Hamm - Jean-Louis Mauduit

