

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025

L'édito du président

DES TRANSFORMATIONS POUR DEMAIN

L'année 2025 a été marquée par l'aboutissement du vaste chantier de refonte de la gouvernance de Strasbourg Tourisme, Loisirs & Congrès* — avec la transformation en Société coopérative d'intérêt collectif - SCIC SAS, une première particulièrement remarquée en France. Et en parallèle, par la mise en œuvre de plusieurs projets internes & externes ambitieux, grâce aux moyens supplémentaires alloués par l'Eurométropole.

La nouvelle identité visuelle, le lancement de nouveaux recrutements et projets, la réorganisation des pôles, le déménagement des bureaux à la CCI (Now coworking), le début du chantier des futurs locaux (prévu sur deux ans) sont autant d'actions structurantes, qui vont moderniser et consolider durablement nos actions en faveur de notre destination, de l'accueil de qualité à la promotion globale. Et comme le montre ce rapport d'activité, les équipes sont à l'œuvre au quotidien, à vos côtés.

Les bilans nationaux de l'année touristique 2025 confirment des tendances fortes auprès des clientèles du tourisme urbain : la quête de responsabilité, l'attrait pour l'hybridation, l'exigence d'authenticité, le poids croissant de l'événementiel et du culturel... Autant d'attentes de la part des clientèles "loisirs" et "affaires" pour lesquelles notre destination dispose d'importants atouts et richesses : progression dans le classement du GDS-Index et les labellisations, nombreux concepts innovants, un artisanat fort — à la fois traditionnel et créatif, d'innombrables offres événementielles, culturelles, sportives de qualité, la puissance de l'identité alsacienne comme du statut de capitale européenne, etc.

La réorganisation et les moyens que nous sommes aujourd'hui capables de mobiliser vont nous permettre de valoriser nos atouts, les faire connaître, les préserver, les encourager et développer, y compris par l'accompagnement des acteurs et l'appui de nos partenaires. L'objectif central reste d'assurer la prospérité et la durabilité des activités touristiques, événementielles et de congrès sur notre territoire.

Présider Strasbourg Tourisme, Loisirs & Congrès* depuis 2022 a été un grand honneur. Mener ces transformations et projets au cours de ces années décisives, entre crises globales et enjeux locaux, a été d'une immense richesse, et leur réussite reposait largement sur la mobilisation, la détermination et l'ouverture sur les enjeux d'avenir à la fois des administrateurs, de la direction et des équipes salariées.

Je tiens ici à vous remercier chaleureusement, pour votre investissement, votre capacité à construire ensemble, et votre engagement sincère, qui sont des piliers solides sur lesquels notre destination pourra continuer à s'appuyer pour faire face avec responsabilité aux défis de demain.

Joël Steffen
Président

**Moderniser et
consolider durablement
nos actions en faveur
de notre destination."**

*nouveau nom commercial de la structure

Sommaire

- 4** STRASBOURG, UN PEU, BEAUCOUP, PASSIONNÉMENT
- 6** ACCUEIL & QUALITÉ : NOTRE SIGNATURE STRASBOURGEOISE
- 10** LA DURABILITÉ AU CŒUR DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE
- 12** STRASBOURG EN LUMIÈRE : NOS ACTIONS DE PROMOTION LOISIRS ET AFFAIRES
- 18** LA COMMUNICATION AU SERVICE D'UNE IDENTITÉ RICHE
- 26** LA DESTINATION SOUS LES PROJECTEURS
- 27** DES ÉVÉNEMENTS QUI FONT VIBRER LA DESTINATION
- 28** UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE EN ACTION
- 29** ENSEMBLE POUR FAIRE RAYONNER STRASBOURG
- 31** LE CONSEIL COOPÉRATIF, PILOTE DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE
- 34** L'ÉQUIPE





STRASBOURG, UN PEU, BEAUCOUP, PASSIONNÉMENT

© Vincent Muller - STLC

Strasbourg est aujourd'hui reconnue comme une destination touristique dynamique résolument tournée vers l'avenir pour les clientèles "affaires" et "loisirs", de proximité comme plus lointaines. Au cœur de l'Europe, entre son caractère alsacien et sa bouillonnante vie multiculturelle, notre métropole allie héritage, modernité et innovation, créant un terrain d'accueil propice aux courtes escapades, aux séjours d'agrément et aux rencontres professionnelles. La destination attire chaque année des visiteurs des régions voisines, de toute l'Europe et du monde entier, attirés par des atouts forts : un patrimoine urbain classé par l'UNESCO, un calendrier des événements particulièrement riche, une gastronomie emblématique, un véritable mode de vie, de précieux savoir-faire et une qualité d'accueil reconnue.

La convention d'objectifs : notre feuille de route

En 2025, Strasbourg Tourisme, Loisirs & Congrès agit dans le cadre de la convention d'objectifs signée avec l'Eurométropole de Strasbourg, partenaire institutionnel et financeur majeur de la structure. Cette convention définit quatre ambitions partagées que STLC s'est engagé à mettre en œuvre tout au long de l'année : renforcer la qualité d'accueil et développer des offres toujours plus durables, optimiser les outils numériques au service de la promotion et de la fidélisation, enrichir et diversifier l'offre touristique conformément à la stratégie métropolitaine, et contribuer activement aux actions événementielles qui font rayonner la destination. Ce rapport d'activité est le reflet concret des engagements tenus : chaque action menée, chaque partenariat noué, chaque visiteur accueilli s'inscrit dans cette vision commune d'une destination plus attractive, plus inclusive et plus durable.

Strasbourg.eu
eurométropole

Strasbourg, attractive, tendance & engagée

La métropole s'est engagée dans une démarche ambitieuse de transition écologique et d'inclusion sociale, intégrant les objectifs du Plan Climat 2030 et se positionnant parmi les premières destinations françaises engagées en matière de durabilité. Le territoire est régulièrement distingué pour ses efforts en matière de tourisme responsable, de mobilité douce et de qualité de vie, offrant une expérience de visite qui allie authenticité, respect de l'environnement et richesse des découvertes.

Strasbourg attire une clientèle variée

Marchés de proximité*
Allemagne en tête, Belgique,
Suisse, Royaume-Uni



Marchés lointains
stratégiques
États-Unis



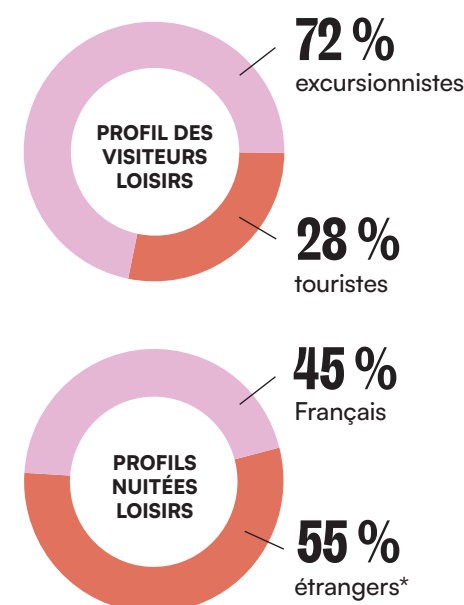
L'étude marketing des clientèles portée par l'ART GE

La grande enquête marketing des clientèles 2024-2025, portée par l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est (ART GE) permet de mieux identifier et comprendre les motivations, les profils et les attentes des visiteurs, afin d'adapter toujours plus finement l'offre touristique loisirs régionale. L'analyse révèle une destination structurée autour d'une forte mixité de profils.

L'Eurométropole de Strasbourg accueille majoritairement des excursionnistes (72 % des visiteurs) générant un flux constant à la journée, tandis que les touristes représentent 28 % mais concentrent l'essentiel des nuitées et des retombées économiques.

Côté français, les visiteurs sont principalement issus du Grand Est, d'Île-de-France et de Bourgogne-Franche-Comté pour les excursions. La destination séduit majoritairement des couples (50 % en hébergement marchand), avec une taille moyenne de groupe de 3 visiteurs, et 16 % de familles avec enfants.

Les séjours marchands durent en moyenne 4,5 jours dans l'Eurométropole (70 % de courts séjours), traduisant un positionnement city break renforcé, tandis que les non-marchands, plus affinitaires, présentent une fidélité élevée (plus de 4 séjours en 3 ans). Les dépenses confirment la valeur stratégique des clientèles internationales : 798 € en moyenne par séjour marchand avec un budget journalier de 116 €, l'hébergement et la restauration constituant les principaux postes.



GLOSSAIRE

Visiteur
Soit un excursionniste
soit un touriste

Excursionniste
Une personne qui se déplace moins de 24 heures dans le cadre d'une mobilité de loisir. Il n'engendre donc pas de nuitée à l'extérieur de son lieu de résidence

Touriste
Un visiteur hébergé dans l'agglomération strasbourgeoise

Un écosystème au service de la destination

Au-delà des chiffres, ce sont les métiers et les expertises locales qui font la force de la destination. Que ce soit par l'accueil sur le terrain ou encore l'accompagnement personnalisé des projets d'affaires, les professionnels du tourisme contribuent chaque jour à faire rayonner Strasbourg. Le travail collectif des équipes permet de proposer des expériences mémorables et sur mesure, renforçant l'attractivité de la ville à chaque saison.

"Ce sont les métiers et les expertises locales qui font la force de la destination"

ZOOM SUR...

LA GOUVERNANCE : LA SCIC, UN MODÈLE INNOVANT

Un tournant majeur dans la structuration de la destination a eu lieu avec le changement de statut anciennement association en Société Coopérative d'Intérêt Collectif (SCIC SAS), effective depuis juillet 2025 ; une première en France pour un office de tourisme. Cette gouvernance coopérative autour de plusieurs collèges, garantit une représentativité équilibrée et démocratique dans les décisions stratégiques de la destination en associant collectivités, professionnels du territoire, partenaires socio-économiques et salariés, incarnant une gestion plus participative et collaborative de la destination.

Cette innovation structurelle permet d'aligner étroitement la stratégie touristique avec les besoins du territoire, d'encourager les synergies entre activités du tourisme, des loisirs et des congrès, ainsi qu'entre acteurs publics et privés, et de renforcer l'impact des actions menées.

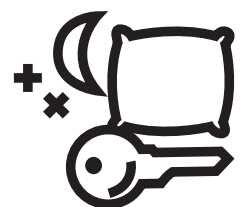
→ Plus d'informations page 32

ACCUEIL & QUALITÉ : LA SIGNATURE STRASBOURGEOISE

Objectif #1

Qualité d'accueil, services et offres durables

Ce chapitre illustre notre engagement au titre de l'Objectif n°1 de la convention d'objectifs signée avec l'Eurométropole de Strasbourg.



NUITÉES
4 132 977
nuits passées sur
le territoire en 2025

ACCUEIL

14 081
appels reçus

11 062
mails traités

15 264
City Card vendues



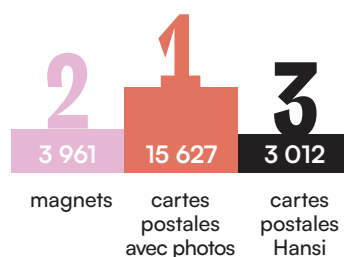
513 686
personnes accueillies
au bureau d'accueil

BOUTIQUE

177
RÉFÉRENCES
dont 58 références
fabriquées en Alsace

157 136
produits vendus

TOP 3 VENTES



TEMPS FORTS 2025

La 22 avril marque la fin de la labellisation "Strasbourg Capitale mondiale du Livre". Strasbourg est la 1^{ère} ville française à obtenir cette distinction décernée par l'UNESCO.

25
VISITES
CONFÉRENCES
autour de 7 thèmes
ont été programmées
et ont attiré

298
PARTICIPANTS

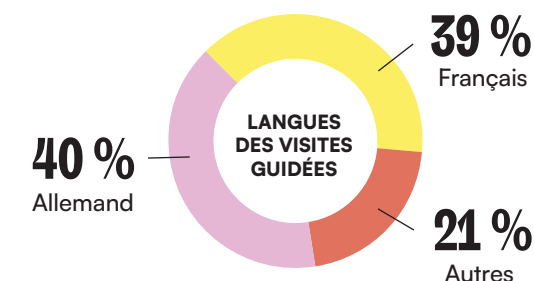
VISITES GUIDÉES

GROUPE

2 148

VISITES GUIDÉES
pour groupes ont été
organisées par l'Office de
tourisme en 2025, chiffre
stable par rapport à 2024

Pour la première
fois en 2025 les
demandes de
visites guidées en
allemand (40 %)
ont dépassé celles
en français (39 %).



THÉMATIQUES PHARES

"La vieille ville à pied"
et "la cathédrale"
représentent près de
3/4 de ces visites (72 %)

4 NOUVELLES THÉMATIQUES QUI ÉTOFFENT LE CATALOGUE EN 2025

- Strasbourg et le vin
- Strasbourg et la bière
- Patrimoine et gastronomie
- Le Musée zoologique

VISITES GUIDÉES POUR INDIVIDUELS

10 493
participants
recensés

541 visites ont été proposées
durant l'année 2025
pour un nombre total
de participants de 10 493.

Fréquentation stable
par rapport à 2024

VISITES AUDIO-GUIDÉES

3 351
participants
recensés

5
langues
disponibles

Près de 3351 personnes ont
visité Strasbourg en toute
liberté avec un audio-guide en
2025. L'arrivée d'une nouvelle
génération d'audio-guides et
de 3 nouveaux circuits prévue
au printemps 2026 permettra
une meilleure répartition des flux
dans la ville et proposera une
nouvelle offre à nos visiteurs.



ZOOM SUR...

DÉCEMBRE : LE GESTE DE SOLIDARITÉ

Comme chaque année depuis 4 ans, 5 % du chiffre d'affaires du mois de décembre effectué par la boutique est versé à une ou plusieurs associations solidaires locales. Les bénéficiaires de ce geste sont différents chaque année. En 2025, c'est l'association strasbourgeoise Les Petites Roues, engagée pour la mise à l'abri de personnes à la rue, qui a été bénéficiaire de la somme de 3 000 €.

LA QUALITÉ AU CŒUR DE NOTRE PROJET

Rappel de nos engagements

L'excellence de notre accueil et de nos services repose sur un engagement collectif et durable de nos équipes. Cette démarche d'amélioration continue vise non seulement à renforcer notre performance, mais aussi à inspirer nos membres. Chacun, à son échelle, contribue à bâtir une hospitalité commune, au service de tous nos visiteurs.

Qualité tourisme, Accueil vélo, Tourisme & Handicap sont autant de démarches dans lesquelles notre structure est engagée et qui traduisent une ambition partagée.



Qualité Tourisme devient Destination d'Excellence

L'équipe répond au quotidien aux exigences de la marque d'état Qualité Tourisme dans laquelle elle est engagée. Cette dernière vise au renforcement de la qualité de l'accueil et des services dans les offices de tourisme, les hébergements, la restauration, les sites touristiques, les activités de loisirs et de pleine nature... Les efforts se poursuivent pour répondre aux nouvelles exigences du label Destination d'Excellence (remplaçant progressivement la marque Qualité Tourisme).



Accueil des cyclotouristes

Détenteur du label Accueil vélo, le bureau d'accueil de l'Office de tourisme, situé à proximité de nombreux itinéraires cyclables, fournit aux voyageurs à vélo des informations pratiques (conseils et itinéraires), un kit de réparation ainsi que des arceaux à vélo pour le stationnement de proximité.



Tourisme et Handicap

STLC s'engage à offrir à tout public un accueil adapté de qualité. Il a pour cela obtenu en 2024 la marque d'Etat Tourisme & Handicap pour sa prise en compte des personnes porteuses d'un handicap auditif, moteur, mental ou visuel et poursuit depuis ses engagements en matière d'accessibilité.

4,1^{/5}
912 avis

E-reputation

En 2025, la note Google reste inchangée, témoignant de la constance de la qualité de service et de la satisfaction des visiteurs.



LA DURABILITÉ AU CŒUR DE NOTRE STRATÉGIE TOURISTIQUE

Objectifs #1 et #3

Offres durables & enrichissement de l'offre touristique

Nos objectifs en la matière se traduisent par notre progression au sein du GDS-Index, par la réalisation du bilan carbone de nos activités et par notre politique de développement durable.

Participation active au sein de réseaux engagés

Initiatives durables, Global Destination Sustainability Movement, Acteurs du Tourisme Durable, City Destinations Alliance

- **Participation aux Universités du Tourisme Durable**, les 9 et 10 octobre 2025, à Angers

Clef verte

31 ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS
CLEF VERTE EN 2025
SUR LE TERRITOIRE DE L'EMS
dont 18 nouveaux

Global Destination Sustainability Movement Index

Résultat

72 %

67 % (2024)
65 % (2023)

Strasbourg entre dans le
Top 40 pour la première
fois depuis son adhésion
au programme !
37^{ème} position
(contre 47^{ème} en 2024
et 48^{ème} en 2023)

Événements

- **Conférence "Le Tourisme peut-il vraiment être durable ?"** avec les interventions de Rémy Knafou et Caroline Mignon dans le cadre de la Fabrique de Destination, le 3 avril 2025
- **Plénière sur le tourisme de proximité et le microvoyage**, avec les interventions de Rémy Oudghiri, et Jean Pinard, dans le cadre de la Fabrique de Destination, le 15 septembre 2025
- **Formation Clef Verte** pour les hébergeurs le 16 octobre 2025 (en collaboration avec FairMoove Solutions)
- **Atelier Ecoboussole** le 07 novembre 2025 (en collaboration avec l'ARTGE, dans le cadre de la Fabrique de Destination)



↳ Fabrique de Destination : atelier Ecoboussole



↳ Journée de lancement - bilan carbone

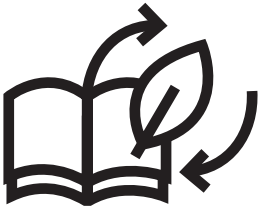
Bilan carbone

STLC a intégré en septembre 2025 une "Promotion Climat" composée de 7 offices de tourisme français. Accompagnées par le cabinet Wecount, les structures engagées bénéficient de 9 visioconférences de formation à l'empreinte carbone dans différents domaines (énergie et bâtiments, alimentation, mobilité, achats, communication etc), de coachings individuels et de journées d'échange afin de faire leur bilan carbone et de définir leur stratégie climat.

Les temps forts de ce parcours de 4 mois

- **23/09/25**
Workshop de lancement de la promotion à Lyon
- **02/12/25**
Workshop de mi-parcours à Lyon et partage des bilans carbone respectifs
- **03/02/26**
Workshop de clôture du programme à Lyon

Le bilan carbone de STLC a été finalisé en début d'année 2026.



Politique de développement durable

L'accompagnement par le cabinet Green Evènements a permis en 2025 la rédaction de la **Politique de développement durable** de STLC, ainsi que la mise en place d'un tableau de bord de suivi des objectifs de développement durable, grâce à des entretiens menés avec les principaux partenaires.

Formation

Intervention le 10 janvier 2025 sur le tourisme durable et l'engagement de Strasbourg auprès de 40 étudiants américains, avec l'EM Strasbourg.

ZOOM SUR...

OPÉRATION CARTES POSTALES

Un partenariat a été initié avec l'association Petits Frères des Pauvres pour permettre l'envoi de cartes postales aux personnes âgées et isolées du territoire. Les salariés ont également pu prendre part à l'initiative. Au total, plus d'une centaine de cartes ont été envoyées.

STRASBOURG EN LUMIÈRE

Objectif #3

Enrichissement et mise en avant de l'offre touristique de l'EMS
au travers de nos actions de promotion loisirs et affaires.

Salons, workshops, eductours et missions internationales contribuent à positionner
Strasbourg comme une destination de référence, durable, inclusive et diversifiée.



↳ Rendez-vous en France

Nos actions de promotion loisirs

Les actions suivantes menées par l'équipe
promotion loisirs en Europe et à l'international
ont permis d'établir 218 nouveaux contacts
professionnels qualifiés :

- Salon FESTIVITAS, Mulhouse —
Grand Public / Hyper proximité
- Workshop B2B Explore France /
Atout, Suisse, Lausanne et Zürich
- Workshop B2B exclusif Grand Est /
ART GE, Barcelone
- Workshop B2B Rendez-Vous en France /
Atout France, Lyon
- Workshop B2B France By Train /
Atout France et SNCF, Londres
- Workshop B2B exclusif Grand Est /
ART GE, Londres
- Démarchage TO / ART GE,
Tokyo et Osaka + Dîner networking dans
le cadre de l'exposition universelle à Osaka

↳ Eductour 5 continents



LOISIRS

7
ACTIONS
menées en
Europe et à
l'international

218
CONTACTS
ENREGISTRÉS



ZOOM SUR...



Temps forts

DESTINATION JAPON

Du 6 au 10 octobre, STLC a pris part à une mission de prospection
au Japon, organisée par Atout France et la Région Grand Est,
aux côtés de STAY Collection (SOGEO) et KER Hospitality
(Hôtel Maison Rouge).

Ce déplacement visait à consolider le positionnement de la destination
Strasbourg sur le marché japonais, notamment à travers des rendez-
vous professionnels à Osaka et Tokyo, totalisant 32 rencontres avec
des tour-opérateurs.

Un événement Grand Est, organisé au Pavillon France dans le cadre
de l'Exposition Universelle d'Osaka 2025, a également réuni plus de
vingt professionnels du tourisme et représentants institutionnels.

Cette mission s'inscrit dans une dynamique positive du marché
japonais, marquée par une hausse significative des nuitées dans
le Grand Est entre 2023 et 2024.

↳ Mission de prospection organisée
par Atout France Japon



↳ Workshop B2B Explore France Zürich

- 14 éductours ont permis d'accueillir
340 professionnels qualifiés pour une
découverte approfondie de la destination
et de son offre.
- 3 partenariats avec des réseaux professionnels
en 2025 ont donné lieu à des campagnes
de communication multicanales dédiées :
 - À destination de la France :
avec Storia Mundi / Terra Nobilis
 - À destination de l'Allemagne :
avec AMEROPA + DEUTSCHE BAHN
 - À destination de la Suisse :
avec RAILTOUR - FRANTOUR - KUONI /
ADT + OT Mulhouse et Colmar

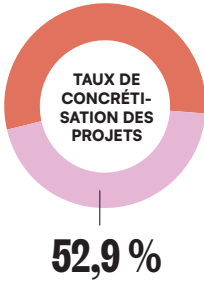
Le service promotion a également mené
2 actions d'hyper-proximité à destination
du grand public :

- Salon International de Géographie
à Saint-Dié-Des-Vosges (40 000 visiteurs)
- Salon FestiVitas à Mulhouse
(23 700 visiteurs)



↳ MICE Challenge Alsace 2025

683
PROJETS
ACCOMPAGNÉS



16
ACTIONS DE
PROMOTIONS
en Europe et à
l'international

Résultats

43
PROJETS

513
CONTACTS

1

WORKSHOP
RÉGIONAL

aux Internationaux
de Strasbourg avec
24 exposants
et 63 prospects

12

REPÉRAGES
CLIENTS

Évolution de la
base contacts

+20 %

soit un total
de 12 183
organisateurs
d'événements
professionnels

Exemples d'actions
d'animations de
la filière tourisme
d'affaires

1 push membres/
mois envoyé avec les
statistiques de chacun
2 newsletters
membres
Notification d'un projet

Nos actions de promotion affaires

L'équipe du Convention Bureau a mené 16 actions de promotion en Europe et à l'international : Pure Paris, Workshop Meeting & Incentive Summit Madrid, SMU NEW YORK, Eventquadrat Düsseldorf, Heavent Meetings Cannes, IMEX Francfort, SBE Strasbourg, Heavent Paris. 1 workshop régional était organisé la 22 mai aux Internationaux de Strasbourg, avec le concours de Séminaires Business Event. Cet événement a permis de réunir 24 exposants et 63 prospects.

Les actions en partenariat avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est (ART GE)

Les financements ont permis de participer au MICE'clusive Francfort Atout France, au Meet Germany Summit Francfort, au Dîner MICE Partance Bruxelles et au salon IBTM Barcelone.

Les actions en partenariat avec Meet In Alsace - ADT — Pôle Métropolitain d'Alsace

Les financements ont permis de participer au MICE'clusive Francfort Atout France, Alsace Business Connect Mulhouse, Trophées des Entreprises d'Alsace, SBE Strasbourg, Assistants Day Zurich, Dîner MICE Partance Bruxelles.

Temps forts

• **Participation à la 64^{ème} édition
du Congrès ICCA,
9 → 12 novembre, Porto**

Une belle opportunité pour échanger sur différentes thématiques actuelles telles que l'IA ou la durabilité, aux côtés d'une communauté internationale du MICE (1 514 délégués venus de 81 pays à travers le monde). En 2025, Strasbourg est entrée dans le **Top 5** des villes françaises accueillant des congrès d'associations internationales avec 21 événements répondant aux critères d'éligibilité et référencés par le Convention Bureau.

• **MICE Challenge**

Le 29 avril, le Groupe Autreman, en collaboration avec Destination Château de Pourtalès et Strasbourg, Tourisme Loisirs et Congrès, a organisé le MICE Challenge Alsace. L'occasion pour plus de 50 membres et clients organisateurs d'événements professionnels de découvrir différentes possibilités de team building.

Des outils à disposition des organisateurs

Le Convention Bureau met à disposition des organisateurs de congrès et d'événements une plateforme d'hébergement en marque blanche, spécialement conçue pour les congressistes. Elle permet de valoriser une offre hôtelière adaptée, idéalement située à proximité du lieu de l'événement, tout en simplifiant la gestion pour les organisateurs ne souhaitant pas prendre en charge cet aspect logistique. Ce service, entièrement gratuit, peut être déployé en seulement 48 heures. En 2025, des événements majeurs tels que les Assises européennes de la transition énergétique et le congrès des URPS ont opté pour cette solution.

En 2025, 5 sondages hôteliers ont été réalisés dans le cadre d'accompagnement de grandes conventions sur le territoire pour le compte d'agences événementielles ou d'entreprises nationales.

ZOOM SUR...



TENDANCES DU MARCHÉ

Le secteur du MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events) en 2025-2026 est marqué par une recherche accrue de cohésion et d'efficacité budgétaire dans un contexte économique incertain. Voici les grandes tendances qui se dégagent :

• **Évolution des formats et durées**

Si les séminaires restent prédominants (85 %), les formats favorisant le lien social, comme les soirées (71 %) et les incentives (59 %), progressent fortement pour pallier l'isolement lié au télétravail. Les événements s'allongent également, 57 % d'entre eux durant désormais deux jours.

• **Internalisation et budgets sous tension**

Pour 66 % des entreprises, les budgets sont en recul. En conséquence, 80 % des commanditaires privilégient désormais les réunions en interne pour limiter les coûts, tout en exigeant un meilleur retour sur investissement (ROI) pour les événements extérieurs.

• **L'impératif RSE**

La responsabilité environnementale est désormais intégrée par 72 % des entreprises. Cela influence directement les transports (86 % de préférence pour le train en France) et le sourcing de prestataires certifiés ou éco-labellisés.

• **Transformation technologique**

L'Intelligence Artificielle s'impose comme un levier stratégique, utilisée par 55 % des organisateurs pour la rédaction, l'inspiration ou la recherche de prestataires.

• **Quête d'originalité**

Bien que l'hôtellerie 4* reste le premier choix, les entreprises délaissent les lieux standards pour des espaces atypiques (châteaux pour 58 %, lofts, ateliers) afin de créer des moments marquants et fédérateurs.

En complément des tendances purement corporate, les **congrès d'associations** et de sociétés savantes constituent un segment stratégique qui a généré près de **2 milliards d'euros de retombées économiques** en France en 2023 pour environ 2 300 manifestations.

Le poids des **événements internationaux** y est prédominant : bien que les participants étrangers ne représentent que 21 % des congressistes, ils contribuent à 41 % des retombées touristiques grâce à un panier moyen de 1 303 € par séjour, soit 1,6 fois plus qu'un participant national cela s'explique par une durée de séjour plus longue (3,25 jours en moyenne) et une consommation accrue en hébergement et restauration. Un congressiste dans une métropole française dépense en moyenne 553€ pour son séjour.

Les congrès sont des vecteurs importants d'attractivité touristique : 79 % des congressistes participent à des activités culturelles et 72 % se disent prêts à revenir dans la ville d'accueil à des fins touristiques.

Source : Étude MICE 2025 - Coach Omnium & 1001 Salles

CHIFFRES CLÉS

683
PROJETS
ACCOMPAGNÉS
-13%

63 018
PERSONNES
RÉUNIES

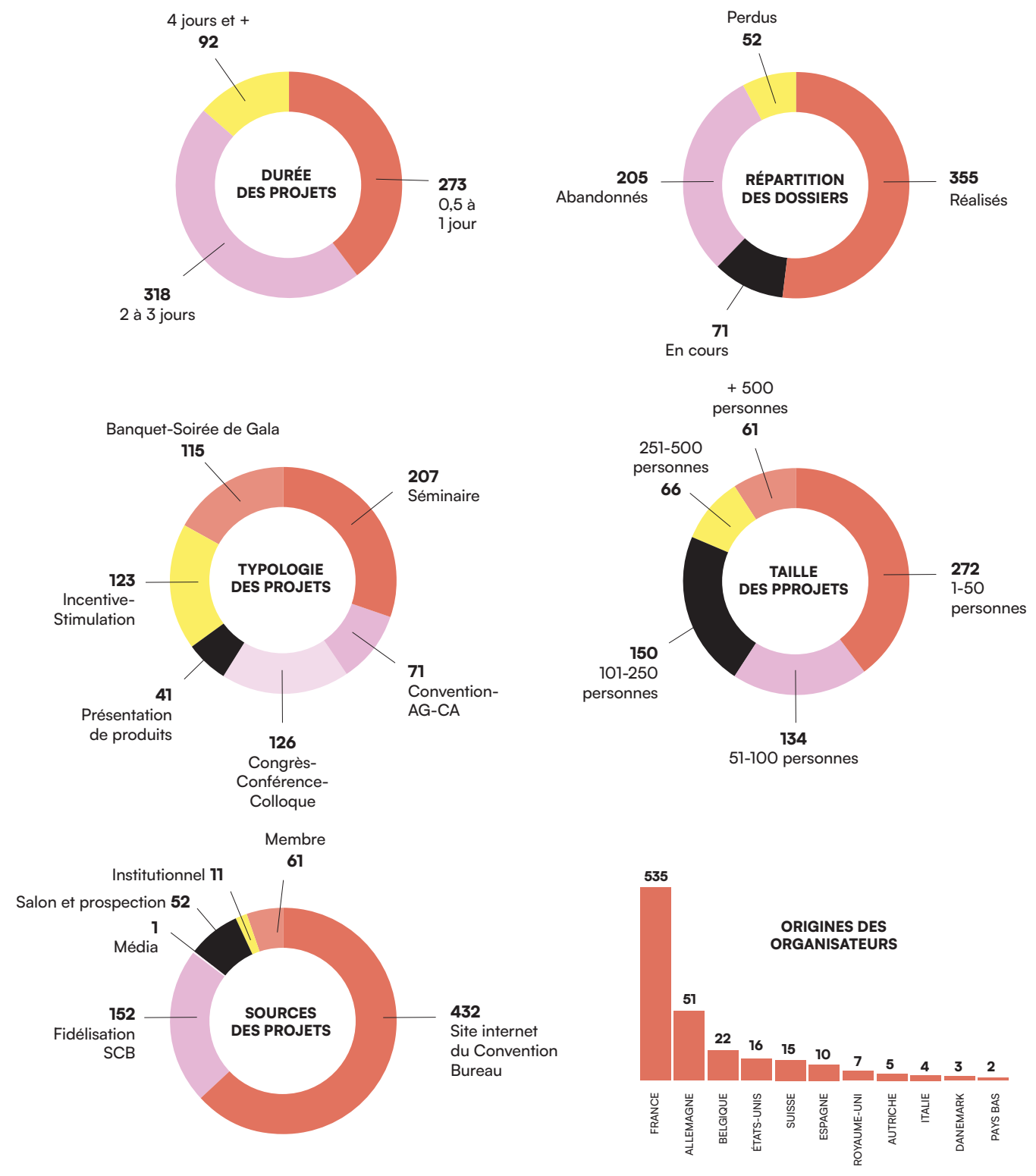
12 183
ORGANISATEURS
D'ÉVÈNEMENTS

355
PROJETS
RÉALISÉS

30
MILLIONS
D'EUROS
de retombées
économiques estimées
pour les projets
accompagnés

PROJETS ACCOMPAGNÉS

PAR LE CONVENTION BUREAU



LA COMMUNICATION AU SERVICE D'UNE IDENTITÉ RICHE

Objectif #2

Optimiser les outils et supports numériques comme levier de promotion, de découverte et de fidélisation.

Site internet, réseaux sociaux, séries vidéo, partenariats SNCF Connect : chaque dispositif contribue à accroître la visibilité de la destination sur l'ensemble de ses marchés cibles.



NOUVELLE IDENTITÉ GRAPHIQUE ET VISUELLE

Durant plusieurs mois, l'équipe communication s'est pleinement investie dans la conception et le déploiement de la nouvelle identité visuelle de STLC. Ce projet ambitieux, mené en collaboration avec l'agence Anima a permis de repenser l'image de notre structure fusionnée.

Les premières déclinaisons ont été officiellement présentées aux acteurs du tourisme, aux socio-professionnels et à nos partenaires, lors de la cérémonie des vœux en janvier 2026. Ce nouvel élan graphique, artistique et éditorial offre un nouveau terrain d'expression pour l'ensemble de l'équipe, tout en accompagnant la création et le déploiement des outils de communication adaptés à notre évolution.

Site web visitstrasbourg.fr

632 708

VISITEURS

1 641 720 pages vues	2.05 Pages/sessions
807 137 sessions	40.83 Taux de rebond

Réseaux sociaux



Instagram

65 952 abonnés
+ 10 621 par rapport à N-1
2 133 460 vues (posts)
247 830 vues (stories)
34 467 interactions

174 posts
dont 24 Reels

Top nationalités
France, Allemagne,
États-Unis, Italie,
Espagne



Facebook

33 462 abonnés
+ 1 636 par rapport à N-1
636 980 vues
8 916 interactions
171 posts



LinkedIn

4600 abonnés
+ 590 par rapport à N-1

Format Vidéo

Mon petit Strasbourg

• Épisode 15 : Strasbourg au fil de l'eau

Entre nature insoupçonnée, patrimoine fluvial, canoë-kayak, découverte du NAO, le nouveau bateau électrique de Batorama, et croisières festives, Strasbourg dévoile une autre facette... depuis l'eau. De la Petite France au Port du Rhin, on navigue entre biodiversité, modernité et moments festifs.

• Épisode 16 : Culture, science et savoir

Direction la Neustadt pour une immersion dans un quartier culturel et étudiant en pleine effervescence. Au programme, visite de l'Observatoire astronomique, du Musée de Sismologie, du Musée zoologique pour sa réouverture au public après 6 années de travaux, et le Studium, espace de vie et d'échanges étudiant.



Retrouvez
toute la
collection
sur notre
chaîne
YouTube



Instagram

85 258 vues
1 379 likes
74 commentaires
102 enregistrements
16 secondes durée
de vue moyenne



YouTube

35 850 vues
1min 50 seconde
durée de vue
moyenne



Facebook

6 276 vues
234 likes
10 commentaires
12 secondes
durée de vue
moyenne



Marketing d'influence

2 accueils organisés en 2025

Javier Rubio / Trincheras Oculas (journaliste/influenceur)

Visite guidée de la ville sur le thème du voyage dans le temps et dans l'histoire, et des curiosités strasbourgeoises

→ Cible : Clientèle hispanophone passionnée d'histoire

- Vidéo de 35 minutes sur le blog Trincheras Oculas (8500 vues sur YouTube)
- Article de presse dans Vozpopuli www.vozpopuli.com
- Relais sur Instagram et TikTok

Accueil de 3 influenceurs en partenariat avec Atout France Japon

Itinéraire de Noël sur deux jours pour découvrir Strasbourg, Colmar et Sélestat



Article blog

Remerciements

Un grand merci à nos partenaires locaux, acteurs emblématiques de Strasbourg, pour leur mobilisation et leur engagement à nos côtés dans le cadre de ce projet. Leur contribution a permis de créer une expérience d'exception, alliant savoir-faire et hospitalité strasbourgeoise. Merci à Batorama, Avellina, la Maison Kammerzell et Le Meteor pour leur accueil chaleureux et leur soutien précieux.

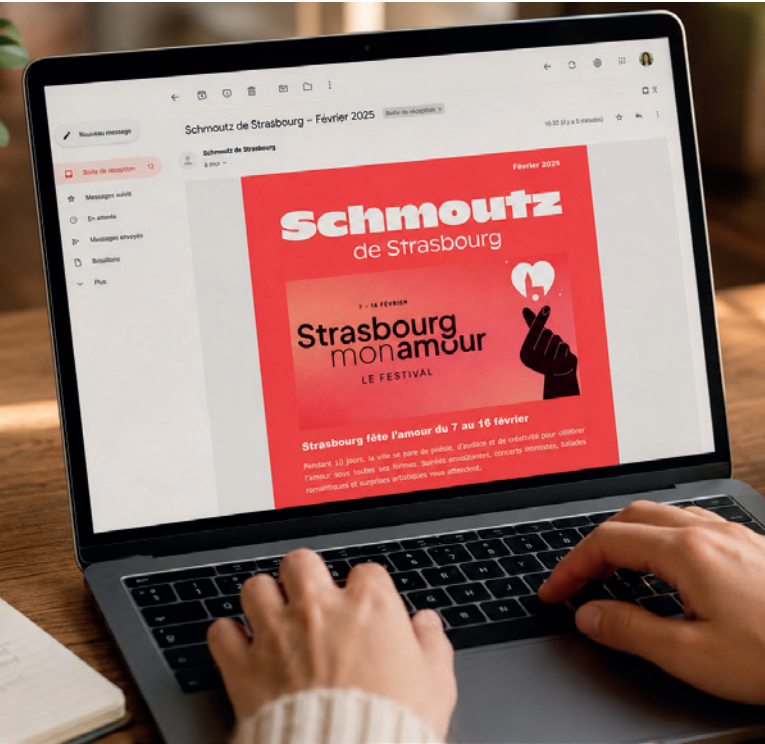
Newsletters

Cible grand public

- **Strasbourg mon amour : 10 jours pour découvrir la ville et se dire "Je t'aime autrement"**
11 823 destinataires uniques
Taux d'ouverture : 34,5 %
- **Strasbourg en septembre : l'escapade incontournable de la rentrée**
12 041 destinataires uniques
Taux d'ouverture : 34 %

Cible partenaires du festival Strasbourg mon amour

3 newsletters pour entretenir le lien avec les partenaires et leur communiquer les dernières informations concernant le festival, entre octobre et décembre 2025 avec un taux d'ouverture de 44 à 54 %.



Éditions



19
ÉDITIONS
AU TOTAL
(plans, dépliants pratiques, documents d'appel, programmes de visites guidées, dépliants famille...)
11 print et 8 digital dont
11
RÉÉDITIONS
en 2025

3 À 5
LANGUES
DISPONIBLES
Nouveautés 2025
Mise en avant des richesses touristiques de l'Eurométropole dans une collection de PDF numériques intitulés "Les Escapades".
1^{ère} édition en 2025 du format des "Échappées vertes" (sorties nature dans l'Eurométropole)

Partenariats commerciaux

SNCF CONNECT



1^{RE} VAGUE

SNCF CONNECT x STLC
"STRASBOURG MON AMOUR"

Du 6 janvier au 21 janvier

Objectifs

- Promouvoir l'événement "Strasbourg mon amour" auprès d'une audience affinitaire en collaboration avec TGV INOUI en intégrant une offre train Paris > Strasbourg dès 46€
- Booster les réservations sur la période de l'événement

Cible

Paris IDF & intéressés par Strasbourg

Dispositif

- Format UNE en exclusivité sur deux journées en janvier sur le site SNCF Connect pour travailler la visibilité et générer du trafic vers la landing page dédiée à l'événement Strasbourg mon amour.
- Diffusion d'un push notification dans l'application et intégration d'un contenu Strasbourg mon amour au sein d'une newsletter "Dernière Minute" pour générer du trafic vers la page d'atterrissage dédiée.



Parvis de la gare de Strasbourg

RÉSULTATS

- 35 358 visiteurs uniques exposés à la campagne / site SNCF connect
 - 1,2 million de contacts pour la newsletter / Taux d'ouverture de 53 %
 - 255 229 visiteurs uniques exposé au push
- La portée totale de la campagne est estimée à plus de 940 000 individus grâce à la complémentarité des leviers activés.

940 000
INDIVIDUS
EXPOSÉS

SNCF CONNECT

2^E VAGUE

SNCF CONNECT x STLC
CAP SUR L'ÉTÉ

Du 13 juin au 21 juin

Dates de circulation :

Du 15 juillet au 31 août

Prix Paris<>Strasbourg : 46€

Objectifs

Notoriété & conversion

Cible

IP Géo IDF, Jeunes, CSP+, Adultes + 27 ans

Dispositif

- Diffusion en exclusivité sur le site SNCF Connect
- Mise en avant de la destination avec redirection vers une landing page dédiée, hébergée sur SNCF Connect
- Mégabanière dans l'application SNCF Connect
- Newsletter
- Story Instagram

RÉSULTATS

- 1,7 million d'impressions et un reach de 743 000 visiteurs uniques
- 321 399 clients ciblés par la newsletter
Taux d'ouverture de 44 %
- Les formats ont montré une forte complémentarité, avec un taux de visibilité moyen de 66 %

Sur la période de la campagne, Strasbourg affiche des performances supérieures de 7 pts à celles de Nancy, et supérieures de 12 pts à celles de Metz.

**1,7
MILLION
D'IMPRESSIONS
DE CONTENU**

3^E VAGUE

SNCF CONNECT x STLC
VAGUE AUTOMNALE

Du 10 au 20 octobre

Dates de circulation

Du 20 oct. au 25 nov.

Prix Paris<>Strasbourg : 46€

Objectifs

Notoriété & conversion

Cible

IP Géo IDF, Jeunes, CSP+, Adultes + 27 ans

Dispositif

- Formats intégrés : App & Web
- Format UNE en exclusivité sur deux journées en janvier sur le site SNCF Connect
- Newsletter
- Post Facebook

RÉSULTATS

- 496 676 impressions un reach de 486 732 visiteurs uniques sur le site SNCF Connect
- 614 000 impressions pour les formats intégrés : App & Web
- 368 710 clients ciblés par la newsletter /
Taux d'ouverture de 45 %
- Avec 506 000 impressions et 295 000 personnes atteintes, la publication Facebook dépasse la moyenne des contenus similaires en termes de portée

Quasi la moitié des ventes (47 %) a été réalisée pour des voyages en faible anticipation et sur les vacances de la Toussaint remplissant ainsi l'un de nos objectifs. Le mois de novembre affiche de très bonnes performances (32 %) au vu de la saisonnalité plutôt creuse.

**368 000
CLIENTS CIBLÉS
PAR LA NEWSLETTER**

Partenariats opérateurs privés

↳ Spectacle immersif Luminescence dans la Cathédrale



Valorisation de grands événements auprès d'une cible grand public et de nos membres

- Spectacle immersif dans la Cathédrale Luminescence / Lotchi
- Exposition Van Gogh / Tempora / Strasbourg événements
- Ballet nautique de Strasbourg

VOLOTEA

Réalisation d'une opération de communication auprès des clients et abonnés de la Newsletter Volotea pour les inciter à profiter de la destination Strasbourg durant les premiers mois de l'année 2026.

Envoi de la newsletter le 28 décembre.

Taux d'ouverture :

- Barcelone : 22 %
- Rome : 22,5 %
- Porto : 21,35 %



↳ Exposition Van Gogh

Communication et presse affaires

Site web
mystrasbourg.com

56 000
VISITEURS
(-31 % vs N-1)

Réseaux sociaux



Facebook
858 followers
(+10.57 %)
182 posts
70 000 impressions



LinkedIn
3 508 followers
(+ 15.7 %)
189 posts
130 000 impressions

200 000
IMPRESSIONS TOTAL



Pure Paris, 23 janvier

Stratégie digitale

Newsletter

- 3 envois à notre base contact avec un taux d'ouverture d'environ 35 %
- Envoi post salons
- 2 envois aux membres du pack visibilité affaires

Campagne de notoriété Google Ads

Développement des Google Ads et amélioration de notre référencement avec l'agence Basik grâce à 2 campagnes "PMAX" (une FR et une DE), 2 campagnes "SEARCH" et 1 campagne "PRODUCT"

- 899 581 conversions (+328,23 %)
- 12 282 Clics (+39,30 %)
- 87 conversions (-38,30 % de conversions en 2025 versus 2024, mais +50 % de conversions sur le second semestre 2025 versus second semestre 2024)



Meet in Alsace

En 2025, plusieurs actions ont été menées avec le collectif **Meet in Alsace**, piloté par Alsace Destination Tourisme (ADT) et composé des Convention Bureaux de Strasbourg, Colmar et Mulhouse.

- Signature d'une convention de partenariat entre l'ADIRA et ADT pour l'animation des réseaux sociaux Meet in Alsace : combinaison de publications et de sponsorisations d'articles liés à des nouveautés et/ou à l'activité de promotion des Convention Bureaux
- Résultat des diffusions sur Facebook, LinkedIn et X :
 - 42 publications,
 - 2 345 000 affichages,
 - 90 700 interactions

Accompagnement éditorial

Rédaction externalisée d'articles web et de communiqués de presse, pour le compte des 3 Convention Bureaux.

13 contenus ont été produits

- 11 articles web traduits en 3 langues,
- 2 communiqués de presse communs diffusés par ADT via son outil RP Datapresse, sur une liste dédiée au tourisme d'affaires et à la presse économique / business nationale spécialement créée, affinée et mise à jour dans ce cadre (56 médias, + 3 en 2025 - 114 journalistes, + 8 en 2025).

10 retombées recensées

- 3 articles dans Le Mensuel éco Grand Est
15 000 exemplaires - 25 000 lecteurs
- 5 articles dans Business Event
50 000 ex.
- 1 brève dans le dossier Séminaires été d'EcoRéseau Business
40 000 ex. - 181 600 lecteurs
- 1 brève sur 2 hébergements dans le dossier Grand Est de Tendances Nomad
15 000 ex. - 59 000 lecteurs

Achat d'espaces publicitaires

Le collectif a pu réaliser 5 achats d'espaces publicitaires

- Mag du Medef Paris (Inspir').
10 000 exemplaires - 39 900 lecteurs
- Mag Eco Réseau Business
40 000 ex. - 181 600 lecteurs
- Mag Femina (Suisse Romande)
44 744 ex. - 270 000 lecteurs
- Mag L'Express
129 000 ex. - 1 134 000 lecteurs
- Mag Business Event
50 000 ex.



Assistants Day Zurich, le 10 septembre

Campagne de notoriété Google Ads

Développement des Google Ads et amélioration de notre référencement avec l'agence Basik grâce à 2 campagnes "PMAX" (une FR et une DE), 2 campagnes "SEARCH Evénements" et "SEARCH Alsace"

- 444 303 conversions (+60 %)
- 6 300 Clics (+30 %)
- 2 conversions.

Le budget destiné à la réalisation de cette action du collectif Meet in Alsace a baissé de 24 %.



41
ACCUEILS
PRESSE
INDIVIDUELS
venus de
12 pays différents

LA DESTINATION SOUS LES PROJECTEURS

155
ARTICLES ET
REPORTAGES
générés

4
COMMUNIQUÉS
DE PRESSE
envoyés

Label clef verte, nouveau
programme des visites
guidées, Octobre rose
et résultats GDS-Index

2
DOSSIERS
DE PRESSE
réalisés
"Héritage en mouvement"
(printemps-été)
"Vivre l'histoire, bâtir le futur"
(automne-hiver)

RENCONTRES PRESSE

- Mediatour Italie
en ligne
16 journalistes rencontrés
- Media Marketplace à Paris
12 journalistes et
influenceurs rencontrés
- Tournée médiatique
Allemande à Berlin
et Leipzig
13 journalistes
et influenceurs rencontrés

+ de
3,7
MILLIONS
D'EUROS DE
CONTRE-VALEUR
PUBLICITAIRE
ESTIMÉS
(155 articles
et reportages)

Les accueils presse et médias sont essentiels au rayonnement de la destination. En 2025, ce sont 41 accueils presse individuels (dont 6 demandes de tournage) qui ont été assurés par notre service presse, venus de 12 pays différents, aboutissant à 20 rencontres, 155 articles et reportages. Un voyage de presse organisé en juin 2025 a réuni 3 journalistes français et une journaliste belge à Strasbourg.

Parmi les médias accueillis, des supports prestigieux et plusieurs chaînes de TV

Journaux et magazines

- **Version Femina**
2 millions exemplaires - 3 470 lecteurs
- **Le Monde** (supplément l'Epoque)
233 847 ex. - 2,7 millions de lecteurs
- **La Voix du Nord**
168 900 ex. - 1 million de lecteurs
- **The Sun (UK)**
1,2 million ex. - 4,2 millions de lecteurs
- **Touring Club Italiano (Italie)**
200 000 ex. - 900 000 lecteurs

Chaines de TV

- **M6 - Émission Grand Angle**
1,3 million de téléspectateurs
- **ARTE - Émission "Voyage en cuisine"**
1 million de téléspectateurs
- **FR3 - Émission "Météo à la carte"**
900 000 téléspectateurs
- **France 5 - Émission "Les 100 lieux qu'il faut voir"**
10 millions de téléspectateurs
- **Deutsche Welle (Allemagne) - Émission "Euromaxx"**
100 millions de téléspectateurs

DES ÉVÉNEMENTS QUI FONT VIBRER LA DESTINATION

Objectif #4

Actions événementielles à visée touristique

L'animation événementielle dont font partie Strasbourg mon amour, Octobre rose et la promotion de Strasbourg capitale de Noël font rayonner la destination tout au long de l'année et renforcent son attractivité auprès de toutes les clientèles.



Love is in the air !

Strasbourg la romantique ouvre les portes de son patrimoine fabuleux, vous emmène dans ses ruelles pittoresques et le long de ses canaux, pour des moments exceptionnels. Au programme : soirées festives, rendez-vous gastronomiques, concerts et spectacles exclusifs, visites insolites, conférences et lectures, balades dans la ville, activités découvertes... Au creux de l'hiver, tout autour de la Saint-Valentin, Strasbourg rime plus que jamais avec amour !

10
JOURS DE
FESTIVITÉ
(7-16 février 2025)
avec 6 temps forts
+ de 90 événements
+ de 60 partenaires

- 5 communiqués de presse ont été envoyés en 2025 pour les éditions 2025 & 2026
- 1 conférence de presse organisée le 31 janvier
- 1 dossier de presse dédié

Strasbourg engagée et solidaire

Dans le cadre d'Octobre Rose, Strasbourg Tourisme, Loisirs & Congrès a renouvelé son engagement dans la lutte contre le cancer du sein. En partenariat avec l'Office des Sports de Strasbourg (ODS), plusieurs actions de sensibilisation ont été mises en place tout au long du mois :

- installation d'une vitrophanie et d'un corner dédiés au bureau d'accueil de l'Office de tourisme
- distribution de rubans roses auprès des sites touristiques
- labellisation de deux visites guidées sur la place des femmes dans l'histoire de Strasbourg, dont les recettes ont été reversées à la cause
- installation d'un banc rose XXL dans la cour du Palais Rohan, avec la complicité des musées de la Ville de Strasbourg

L'équipe a également donné du sien en participant à la marche et la course de 5km de la Strasbourgeoise qui a eu lieu le dimanche 5 octobre.

L'ensemble de ces initiatives vise à sensibiliser le public tout en proposant des actions solidaires et fédératrices.



UNE DYNAMIQUE COLLECTIVE EN ACTION

Objectifs #1 - 2 - 3 - 4

Une ambition partagée pour une destination d'excellence

La Fabrique de Destination, le réseau des adhérents et l'animation des filières constituent le socle de notre action collective. Ces initiatives s'inscrivent dans l'ensemble des quatre objectifs de la convention d'objectifs : c'est en mobilisant l'ensemble de l'écosystème touristique strasbourgeois que nous construisons, ensemble, la destination de demain.

Animation avec la Fabrique de Destination

Lancée en 2024 dans la cadre d'un partenariat avec l'Eurométropole de Strasbourg, **la Fabrique de Destination** se veut être un outil de dialogue, de découverte et de co-construction, ouvert à l'ensemble des acteurs et actrices qui font rayonner le territoire.

5 événements ont été organisés en 2025

- **Atelier sur le statut de capitale européenne de notre destination**, au Parlement européen, le 24 juin.
- **Conférence-débat autour du tourisme durable** avec deux experts de la thématique : Rémy KNAFOU, Professeur et chercheur en tourisme à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et Caroline MIGNON, Fondatrice d'Écho Terra et Présidente d'Acteurs du Tourisme Durable, à l'Institut National du Service Public, le 3 avril.
- **Conférence-débat autour du tourisme de proximité et du concept de "microvoyage"** avec deux nouveaux grands témoins et experts : Rémy OUDGHIRI, sociologue et écrivain, et Jean PINARD, consultant en tourisme, au Stade de la Meinau, le 15 septembre.
- **Atelier Ecoboussole développée par l'ARTGE** au Vaisseau, le 7 novembre.
- **Présentation de l'enquête marketing des clientèles du Grand Est** avec focus sur l'Eurométropole de Strasbourg par l'ART GE, au Shadok le 25 novembre.



↳ Conférence-débat sur le thème du tourisme de proximité, 15 septembre

5
ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS
avec la Fabrique de Destination

ENSEMBLE POUR FAIRE RAYONNER STRASBOURG

Nos membres sont des acteurs touristiques issus de différentes filières et des partenaires engagés pour la destination. Ils sont les moteurs de l'activité touristique, de loisirs et événementielle sur notre territoire.

Être membre, c'est :

- S'inscrire dans le réseau des acteurs du tourisme de loisirs et du tourisme d'affaires
- Être destinataire de nos newsletters professionnelles et se tenir informé des actualités de la structure
- Bénéficier de nos conseils et être invité aux animations de la filière tourisme durable et de la RSE
- Communiquer et valoriser sa qualité de membre auprès de sa clientèle sur les segments loisirs et affaires
- Accéder à des supports de communications qui présentent les incontournables de la destination aux collaborateurs
- Soutenir financièrement notre organisation



Deux événements conviviaux dédiés à nos membres

• Cérémonie des vœux

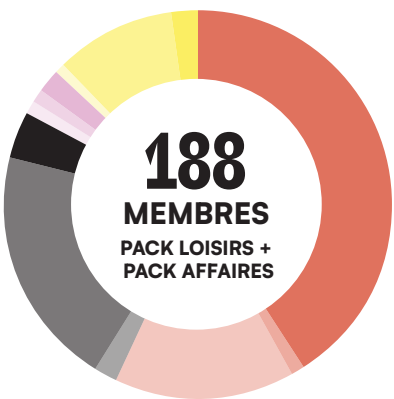
La cérémonie des vœux s'est tenue le 21 janvier 2025. Ce fut l'occasion pour notre Président Joël Steffen de revenir sur les temps forts 2024 et d'annoncer les orientations 2025 dans le partage et la convivialité.

• Petit-déjeuner membres

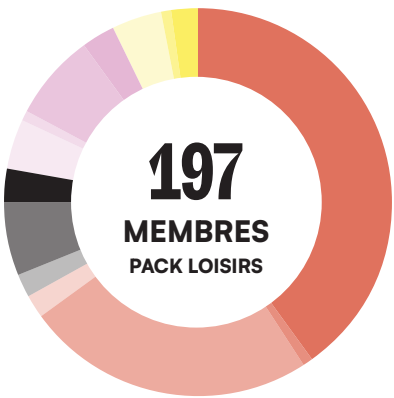
Le 23 octobre, nos membres étaient conviés à un moment d'échanges et de découvertes à la Bibliothèque Nationale et Universitaire. Au programme : présentation des dossiers et projets d'actualités dont le déménagement prévu en 2027, les résultats du GDS-Index ainsi que les actions de promotion et de communication. Pour l'occasion, six visites guidées du lieu ont été proposées à la centaine de participants.

2
ÉVÉNEMENTS CONVIVIAUX ET FÉDÉRATEURS
dédiés aux membres en 2025

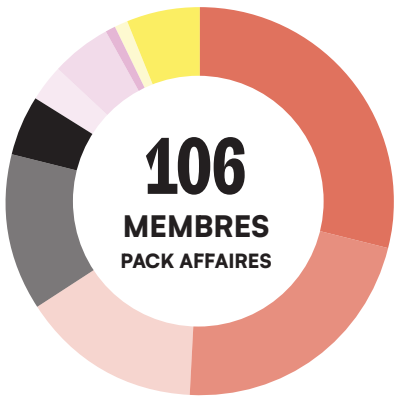
PRÈS DE 500 PROFESSIONNELS LOCAUX ENGAGÉS



41 %	Hôtels
1 %	VTC et taxis indépendants
15 %	Meublé de tourisme
2 %	Traiteurs
20 %	Lieux de réunion et de prestige
4 %	Solutions de mobilité
1 %	Salles des fêtes et de concerts
1 %	Activités découvertes de la ville
2 %	Auberge de jeunesse
1 %	Chambres d'hôtes
10 %	Commerces
1 %	Hébergements insolites



40 %	Restaurants
1 %	Services pratiques
24 %	Sites touristiques et loisirs
2 %	Visites gastronomiques et dégustations
2 %	Visites ludiques, jeux de piste
6 %	Différents modes de visite
3 %	Activités découvertes de la ville
4 %	Agences réceptives - DMC
1 %	Applications
7 %	Bars et discothèques
3 %	Caves à vins
4 %	Hôtels
1 %	Locations - réparations vélos, segway
2 %	Partenaires



29 %	Restaurants
22 %	Sites touristiques et loisirs
15 %	Sites touristiques, loisirs et découverte de la ville
13 %	Activités team-building
5 %	Agences événementielles
3 %	Agences réceptives - DMC
5 %	Bars et discothèques
1 %	Personal Congress Organizer (PCO)
1 %	Cadeaux entreprise et goodies
6 %	Prestataires événementiels

ÉVOLUTION DU PROJET COOPÉRATIF

Informations sur l'évolution du projet coopératif
au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2025

(article 19 terdecies de la loi n°47-1775 du 10 septembre 1947)

Le 20 juin 2025 marque la transformation de l'Office eurométropolitain de tourisme, des loisirs et des congrès de Strasbourg (OTLC) en Société coopérative d'intérêt collectif (SCIC).

Avantages de la SCIC :

- **Actionnariat ouvert**, intégrant tous les acteurs du projet
- **Responsabilité** des associés limitée à leurs apports
- **Gouvernance participative** associant les socioprofessionnels, les salariés, les partenaires et la collectivité
- **Démocratie interne** : 1 personne = 1 voix, avec pondération par collège
- **Équilibre des expressions** : chaque collège ne peut avoir plus de 50 % des droits de vote
- Transformation de toute société ou association en SCIC **sans changement de personne morale**

SOCIÉTARIAT

La SCIC compte, au 31 décembre 2025, 50 sociétaires ayant souscrit des parts sociales pour un montant total de 39 800 €, sur la base d'une valeur unitaire de 50 €/part. Aucune évolution du sociétariat n'a été enregistrée depuis la création de la société six mois auparavant.

Comment s'impliquent les sociétaires au sein de la SCIC ?

- **Au sein du Conseil coopératif**, dans un format resserré réunissant les représentants de l'Eurométropole de Strasbourg, des socioprofessionnels, des partenaires et des salariés.
Les missions du Conseil coopératif consistent à définir et mettre en œuvre un plan d'action visant à :
 - assurer le rayonnement et la promotion de la destination ;
 - déployer la marque de destination ;
 - accueillir et informer les visiteurs ;
 - développer les services destinés aux visiteurs ;
 - coordonner et accompagner les acteurs locaux.
- **En participant aux événements de la Fabrique de destination**, sur une base volontaire et selon les thématiques abordées.
Cette instance a pour missions d'informer, de favoriser la concertation et les échanges entre professionnels, partenaires, services publics et habitants autour des enjeux suivants :
 - le rayonnement, la promotion et la communication de la destination ;
 - l'accueil, l'information ainsi que les besoins et le fonctionnement des services aux visiteurs ;
 - la consolidation et le développement des activités et filières économiques liées à la destination.

GOUVERNANCE

Le Conseil coopératif

au 31/12/2025

La SCIC est composée de quatre collèges, disposant chacun d’un poids déterminé dans les décisions en Assemblée générale comme au sein du Conseil coopératif (indiqué entre parenthèses) :

- le collège de l’Eurométropole de Strasbourg (40 %),
- le collège des socioprofessionnels (35 %),
- le collège des partenaires (15 %),
- le collège des salariés (10 %).

Organisme	Représentant	Organisme	Représentant
CATEGORIE A : SOCIOPROFESSIONNELS			
TITULAIRES		SUPPLÉANTS	
1 GHRD UMIH 67	SIEGEL Véronique	1 Syndicat Hôteliers Restaurateurs - UMIH STRASBOURG	SIEGEL Véronique
2 GNC	WANG Eliane-Yun	2 LK TOURS	KUNEGEL Michelle
3 BATORAMA	BURGET Isabelle	3 SAAT - Petit Train Touristique	KERN Henri
4 VITRINES DE STRASBOURG	BAUER Gwenn	4 SIG	ROSENSTIEHL Jérôme
5 UNAT	WENTZ Gilbert	5 TERRE D'EST	BOICHUT Méhdi
6 ASSOCIATION DES GUIDES-CONFERENCIERS D'ALSACE	BOSSERT-MEYER Juliette	6 UNION DES GUIDES DU RHIN SUPERIEUR	HASSAN Saber
7 SOGEHO	SCHARF Jean-Pascal	7 CLUB VOSGIEN	JACOB Guillaume
8 Association QUATRE 4.0	DANET Thierry	8 RELATIO	WOLFERMANN François
9 MAGNIFIC ESCAPADES	GHESTEM Benoît		
CATEGORIE B : PARTENAIRES			
TITULAIRES		SUPPLÉANTS	
1 CCI ALSACE EUROMETROPOLE	FUCHS Fanny	1 FADAL	ARROYO José
2 ART GE	LEMOINE Henry	2 PARCUS	BARBIER Vincent
3 ADT	KALTENBACH Nathalie		
4 STRASBOURG EVENEMENTS	CAILLAUD-JOOS Christophe		
5 AEROPORT DE STRASBOURG	TELLIER Gilles		
CATEGORIE C : EMS			
TITULAIRES		SUPPLÉANTS	
1 EMS	STEFFEN Joël	1 EMS	KOSMAN Aurélie
2 EMS	LECKLER Michèle	2 EMS	FABRE Murielle
3 EMS	LIBSIG Guillaume	3 EMS	MISTLER Anne
4 EMS	DAMBACH Danielle	4 EMS	LAFAY Marina
5 EMS	SCHAAL René	5 EMS	STEINMANN Élodie
CATEGORIE D : SALARIÉS			
TITULAIRES		SUPPLÉANTS	
1 OTLC	SCHUELLER Marie	1 OTLC	BOES Nadia

Les vice-présidents

au 31/12/2025

Le ou la président·e est épaulé·e dans ses missions par des vice-présidents issus du collège des socioprofessionnels, nommés pour une durée de trois ans. Les vice-présidents peuvent remplacer le ou la président·e en son absence. Ils portent chacun une thématique clé de la destination et sont chargés de faire le lien avec les travaux de la Fabrique de Destination.

THÉMATIQUE	NOM	ORGANISME	DATE NOMINATION
Alsace, Europe, transfrontalier	BAUER Gwenn	VITRINES DE STRASBOURG	20/06/2025
Tourisme durable & innovation	BURGET Isabelle	BATORAMA	20/06/2025
Accueil & qualité (dont accessibilité)	SIEGEL Véronique	GHRD UMIH 67	20/06/2025
Rencontres professionnelles & congrès	WANG Eliane-Yun	GNC d'Alsace, du Territoire de Belfort et de Lorraine	29/12/2025

RÉUNIONS STATUTAIRES 2025

Sous forme associative

- 30/01 Bureau
- 05/03 Bureau + Conseil d'Administration
- 19/03 Conseil d'Administration
- 20/05 Bureau
- 03/06 Conseil d'Administration
- 20/06 Assemblée Générale

Sous forme de SCIC

- 20/06 Assemblée Générale de transformation (AGE + AGO)
- 11/07 Conseil coopératif
- 24/11 Conseil coopératif

ÉVOLUTIONS DU CONTEXTE

Principales évolutions intervenues dans le contexte économique et social de la société

Il s'agit des premiers mois d'existence de la structure sous forme de SCIC SAS. Il n'y a donc pas d'autre information sur les évolutions intervenues dans le contexte économique et social de la société à mentionner en dehors de celles déjà développées dans le rapport d'activité.

L'article 19 terdecies de la Loi n° 47-1775 du 10 septembre 1947 portant statut de la coopération prévoit que "le rapport de gestion mentionné à l'art. L223-26 du code de commerce et le rapport annuel du conseil d'administration ou du directoire mentionné à l'art. L225-100 du même code contiennent des informations sur l'évolution du projet coopératif porté par la société, dans des conditions fixées par décret". L'article 2 du Décret n° 2015-1381 du 29 octobre 2015 prévoit que "les informations sur l'évolution du projet coopératif porté par la société mentionnées à l'article 19 terdecies de la loi n° 47-1775 du 10 septembre 1947 comportent des données relatives à l'évolution du sociétariat et, au cours de l'exercice clos, sur toutes les évolutions intervenues en matière de gouvernance de la société, d'implication des différentes catégories de sociétaires dans la prise de décision au sein de la société, des relations entre les différentes catégories d'associés mentionnées à l'article 19 septies de cette même loi, ainsi que les principales évolutions intervenues dans le contexte économique et social de la société. Elles comportent également une analyse de l'impact de ces évolutions sur le projet coopératif de la société".

Les pôles

PROMOTION, CONGRÈS ET DÉVELOPPEMENT

Directrice

Mireille Dartus

Équipe

Josiane Jazé

Convention bureau

Nicolas Bapst
Guillaume Truttmann

Promotion loisirs

Christine Harter
Cécile Fischer

COMMUNICATION ET PRESSE

Responsable

Marie Schueller

Équipe

Géraldine Amar
Laura Brun
Stéphane Brunel
Célia Gintz
Mahdi Pourarab
Nicolas Wevelsiep

HOSPITALITÉ ET DURABILITÉ

Directrice

Dominique Wallior

Équipe accueil et boutique

Martine Barth
Nadia Boes
Alexandra Body
Valérie Garnier
Déborah Lienhardt
Odile Mang
Marie Pinault
Véronique Voltz

Visites guidées

Cathy Sattler

Tourisme durable & qualité

Chloé Martin
Léa Langlois

Evènementiel + RH

Morgane Raab

Evènementiel et Strasbourg mon amour

Blandine Marcesse

ADMINISTRATION ET MOYENS GÉNÉRAUX

Responsable

Christine Klein

Équipe

Logistique, maintenance & IT
Jean-Michel Barbosa

Comptabilité
Giuseppe Gabriele

Adhésions
Marie-Laure Velcin

DAF et DRH externalisés

UNE ÉQUIPE AU SERVICE DE LA DESTINATION

CONSEIL COOPÉRATIF

Président

Joël Steffen

DIRECTION

(par intérim)

Dominique Wallior

COMITÉ DE DIRECTION

Dominique Wallior
Mireille Dartus
Christine Klein
Marie Schueller

©Leonid Andronov



**STRASBOURG,
UN PEU, BEAUCOUP,
À LA FOLIE...
TOUS LES JOURS
ET POUR TOUJOURS.**