



Sammaire







Page 3

Page 4

Pages 5 à 8







Pages 18 à 26



Pages 27 à 32



Pages 33 à 38



Pages 39 à 41



Dans le cadre de sa stratégie de développement durable, l'Office de Tourisme propose cet icône pour valoriser des pratiques et des expériences qui favorisent un tourisme responsable.

Les chiffres clés 2023

Tourisme & Commerce Pays de Saverne



Nuitées marchandes

183 043* nuitées marchandes x 70 € (dépenses moyennes journalières)

= 12,8 millions d'euros

*Chiffre provisoire.

Sources : plateforme de déclaration de la taxe de séjour - site Internet Office de Tourisme.



Plaisanciers

hors passagers des loueurs de bateaux et croisiéristes

14 643 plaisanciersx 68 € (dépenses moyennes journalières)

= 1 million d'euros

Sources : rapport VNF 2019 - Ville de Saverne - Ville de Steinbourg.



Cyclotouristes

54 457* cyclotouristes x 85 € (dépenses moyennes journalières)

= 4,6 millions d'euros

*Chiffre du 1er janvier au 31 mai 2023. Dysfonctionnement du compteur à partir de juin 2023. Sources : CEA éco-compteur et ADT / CEA 2019.



Commerce

Carte de fidélité Shopping & Pays de Saverne

= 483 248 € de transactions

Carte cadeau Shopping & Pays de Saverne

= 101 509 € (montant cartes vendues)

Source : Deewee®.



Une chose est sûre : l'envie de boucler sa valise est toujours là. Mais les critères de choix et les attentes des voyageurs évoluent.

Le "luxe à moindre coût" ou "luxe accessible"

"Bien que le coût de la vie reste élevé pour beaucoup, nous constatons une volonté des voyageurs de trouver le luxe là où ils le peuvent, dans les limites de leur budget", relève une étude menée par Skyscanner. Un luxe qui s'incarne par une volonté "d'upgrader" certaines séquences du voyage : 8 % des voyageurs envisagent un surclassement en classe affaires ou première classe en 2024. Certains voyageurs n'hésitent plus à opter pour un transport low-cost, tout en réservant un hébergement haut de gamme, en cherchant le meilleur rapport qualité-prix. La montée en puissance du all-inclusive sur le segment haut de gamme illustre à sa façon ce besoin de plus en plus affirmé. "Ce que nous remarquons, c'est que les voyageurs sont prêts à dépenser plus si l'expérience est à la hauteur", constate ainsi Gaurav Bhushan, co-CEO d'Ennismore.

Le rapport qualité-prix toujours scruté de près

"Il reste un facteur clé pour les voyageurs français, le coût du vol (39 %) et de l'hôtel (22 %) étant les facteurs les plus importants pour déterminer la destination", rapporte Skyscanner. La dernière étude de l'European Travel Commission (ETC) ne dit pas autre chose : les contraintes financières façonnent de plus en plus les arbitrages des voyageurs et leurs choix de destination. Des voyageurs qui adoptent des stratégies de limitation de coût, notamment en voyageant hors saison.

D'une étude à l'autre, les voyageurs restent malgré tout nombreux à maintenir ou augmenter leur budget de voyage. 78 % des voyageurs français prévoient de faire le même nombre de voyages, sinon plus, en 2024 qu'en 2023, d'après Skyscanner. 31 % des voyageurs français ont prévu de dépenser plus en voyages en 2024 qu'en 2023. Tandis que 43 % dépenseront la même chose. Seulement 15 % ont déclaré qu'ils dépenseraient moins pour leurs voyages. La tendance est globalement similaire du côté de l'ETC: 71 % des voyageurs européens prévoient de maintenir ou d'augmenter leur budget voyage. L'ETC note une baisse de 2 % des intentions de voyages, qui restent élevées: 68 % des Européens interrogés ont l'intention de voyager au cours des six prochains mois.

Destinations : come-back de l'Asie...

Le top 10 établi en fonction de l'augmentation du nombre de recherches selon Skyscanner fait la part belle à l'Asie, avec cinq destinations représentées. Le Japon obtient deux places avec Osaka et Tokyo.

... et montée en puissance des destinations "hors des sentiers battus"

L'Algérie domine le classement : trois de ses villes y figurent. On retrouve aussi dans ce top 10 : Madère au Portugal, Alicante en Espagne ou Taipei à Taïwan.

L'exploration culturelle, une priorité

Selon Skyscanner, "l'exploration culturelle sera une priorité pour les voyageurs en 2024": découverte de plats locaux (57 %), visites historiques (57 %) et randonnées (42 %). "Un voyageur français sur trois voyagerait sur de courtes distances pour voir son artiste préféré en live", rapporte l'étude. 33 % des Français prévoient d'assister à un événement musical en France en 2024.

Fourchette et sac à dos

La gastronomie est aussi un critère de choix majeur. Particulièrement pour les voyageurs français. D'après l'étude de Skyscanner, 20 % d'entre eux sélectionnent une destination en fonction d'un restaurant spécifique. 57 % privilégient la dégustation des spécialités locales lors de leurs séjours à l'étranger. Toutefois, un écart apparaît entre l'estimation du coût d'une expérience gastronomique, fixée à 66 € par personne, et le budget prévu pour un repas en vacances, à 46 €.

Grandes occasions

Skyscanner révèle que 50 % des voyageurs français ont voyagé pour fêter un anniversaire à l'étranger. Et que l'Italie, l'Espagne et les États-Unis seront les lieux privilégiés pour ces célébrations en 2024.

L'Intelligence Artificielle (IA) en renfort...

À l'échelle mondiale, 44 % des voyageurs s'appuient sur l'IA pour la planification et la recherche de voyages. Cette tendance varie selon les marchés, remarque Skyscanner: 63 % des voyageurs américains utilisent l'IA via leurs smartphones, tandis qu'en France, ce chiffre est de 11 %. Sans doute un aperçu des évolutions qui attendent l'industrie du tourisme dans l'Hexagone.

... et digital détox

83 % des voyageurs français estiment crucial de se déconnecter, selon Skyscanner, mais 28 % restent actifs sur les réseaux sociaux et 15 % consultent leurs emails professionnels.

Le développement durable, toujours d'actualité ?

À l'international, 64 % des sondés estiment qu'il est essentiel de voyager de manière responsable, selon Skyscanner. Les chiffres sont similaires en France, où 63 % jugent cette responsabilité cruciale.

Néanmoins, la volonté de payer pour des options durables diffère : 26 % des Français seraient réticents, contre 46 % favorables. Dans les faits, selon de nombreuses études, le surcoût reste toujours le frein principal pour opter pour un voyage plus durable.



Édito



Céline Gerber

Directrice de l'Office de Tourisme & du Commerce du Pays de Saverne 66

C'est un nouveau départ que nous avons amorcé en 2023 dans un tout nouvel environnement de travail : spacieux, inspirant, propice à l'hospitalité & à la découverte patrimoniale.

L'effet Wow résonne désormais dans nos locaux!

La métamorphose du Cloître des Récollets s'inscrit dans un ancrage territorial durable. Ce projet incarne à lui seul l'éclatement des genres touristiques. Il valorise de nouvelles expériences et s'adapte aux nouveaux comportements de nos visiteurs.

Il symbolise également l'hybridation dans laquelle nous forgeons notre identité à l'heure où les Offices de Tourisme sont à un croisement de leur existence

Au regard des contraintes structurelles et conjoncturelles, des attentes des publics, des acteurs locaux et des collectivités, l'Office de Tourisme ne peut faire l'économie de l'accroissement de ses compétences.

Des pôles de compétences et d'expertise ont d'ailleurs été créés en 2023 afin de proposer un ensemble cohérent et devenir un acteur incontournable du territoire.

Être acteur du tourisme local et de son écosystème impose de gagner du terrain dans les domaines de la communication numérique et de la digitalisation, des outils et des services pour garder l'avantage dans les contenus informatifs et se réinventer chaque saison.

C'est sans doute un des événements central de notre année 2024.

Le renouvellement de la Marque Qualité Tourisme® qui implique l'équipe de l'Office de Tourisme & du Commerce dans une démarche vertueuse de progrès. L'objectif est de proposer un service de qualité aux visiteurs, aux prestataires et à tous les habitants, avec une réelle lisibilité des processes. Cette reconnaissance ne vaut que parce qu'elle s'inscrit dans le temps, puisque nous arrivons à l'échéance du constat des progrès accomplis et de ce fait d'un renouvellement amorcé.

Si la théorie de cette démarche de qualification est complexe, elle contient néanmoins une série d'outils et de moyens d'analyse qui permettent à l'établissement d'évoluer et de s'adapter sans perdre de vue ses valeurs fondamentales.

Il convient de s'engager dans une voie juste qui est l'appropriation entière de l'Office de Tourisme, de son équipe et de sa philosophie professionnelle, qui permette de ne renoncer ni à l'originalité de l'esprit du lieu ni à la liberté d'entreprendre de la structure.

L'équipe s'engage dans une forme "olympique" pour vous promettre une année régénérante!

99

Historique

Naissance de l'EPIC. Nouvelle direction.

Lancement du projet identitaire "Construisons ensemble l'identité touristique du Pays de Saverne"

Fusion entre l'Office de Tourisme de Saverne & sa Région et l'Office de Tourisme du Pays de Marmoutier.

Obtention de la Marque Qualité Tourisme®.

Classement en Catégorie 1, une première dans la vie de l'Office de Tourisme.

L'Office de Tourisme devient l'Office de Tourisme & du Commerce. Création du Pôle Commerce.

Intégration de L'Atelier de l'Orgue à Marmoutier. Création du Pôle Culture.

Déménagement aux Récollets.

Renouvellement de la Marque Qualité Tourisme®. Plein de projets Wow!



L'équipe!



Jennifer

Responsable
Pôle Accueil

Pôle Accueil



YolandeConseillère
en séjour



Znetitin.Conseillère
en séjour

Pôle Communication & Marketing



Magalie
Responsable
Communication



Catherine
Public Relation



MélanieBusiness Developer

Pôle Culture



Mylène
Responsable
Pôle Culture

OmandineChargée de projets
culturels

Pôle Commerce



Chargée
de Développement
Commerce

Pôle Direction



Céline Directrice

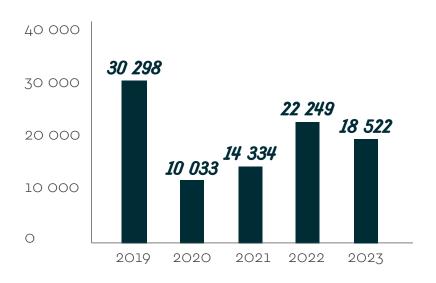




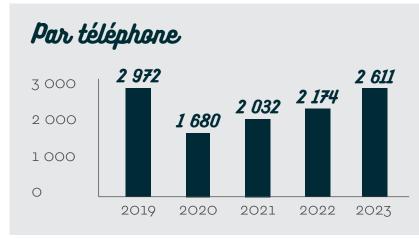


Les clients accueillis

Dans les locaux



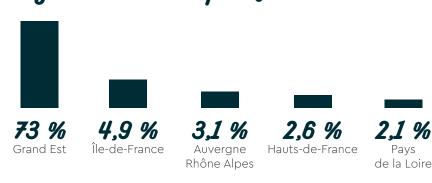






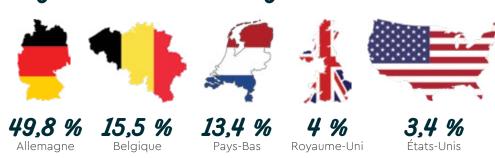
78 %

Origine des clients français



22 %

Origine des clients étrangers



Top 5 des demandes

Demandes spécifiques : 23,7 %

Patrimoine : **22,4 %**

Services pratiques : 19,4 %

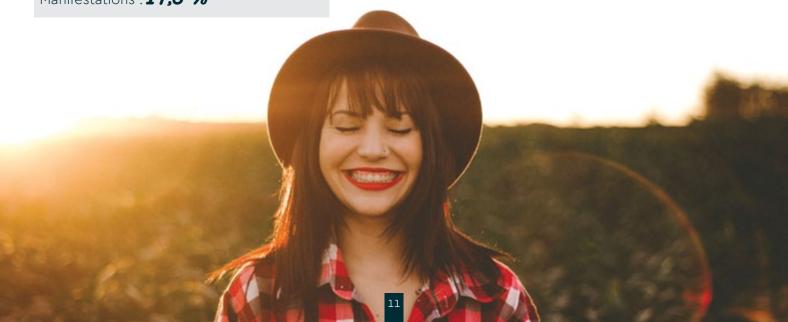
Activités & loisirs : 15,8 %

Manifestations: 14,5 %

Indicateurs

85 % des clients du Grand Est viennent du Bas-Rhin. La part des locaux est par conséquent importante dans les visiteurs de l'Office de Tourisme.

Nous notons une hausse de la clientèle hollandaise, anglaise, américaine et italienne.



Les expériences Outdoor

Randonnée



Véla



Perspective 2024

Lancement de la voie verte entre Saverne et Romanswiller.

Vintage Boat

La société Vintage Boat® propose aux visiteurs d'embarquer à bord d'authentiques bateaux électriques des années 60, depuis le Port de Plaisance de Saverne.



Barge

en 2023

+ 126 %

- 25 %

L'équipe du Port de Plaisance de Saverne loue la barge pour découvrir la destination au fil de l'eau, pour organiser des réunions, des afterworks...

226

randonneurs

IVV en 2023

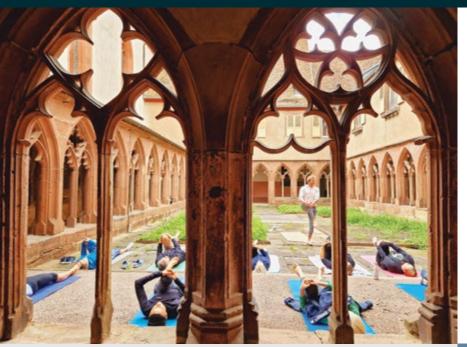


Location de vélos

La location de vélos à assistance électrique est possible toute l'année à l'Office de Tourisme depuis l'acquisition de vélos (adultes & enfants) et de nombreux accessoires en 2020 grâce au programme Leader. Cela a entraîné une hausse du chiffre d'affaires ces trois dernières années.



- 10 %



Chasses aux trésors de Noël

Alsace Destination Tourisme a proposé, de fin novembre 2023 à début janvier 2024, une cinquantaine de Chasses aux Trésors de Noël à travers la Région.

Petits et grands ont pu découvrir les rues de Saverne à la recherche du nom du trésor.

Des expériences Wow toute l'année!

L'Office de Tourisme a rythmé les saisons avec des expériences Wow (balades Au fil de l'eau, coups de projecteur sur les Récollets, food tour), des expériences Zen (séances de yoga au Cloître des Récollets), des "sorties champignons" avec le concours du spécialiste Bernard Koch, membre du Jardin Botanique de Saverne et une balade contée de l'Épiphanie.

Une façon de surprendre les visiteurs, de faire redécouvrir la destination et de proposer des expériences inédites!



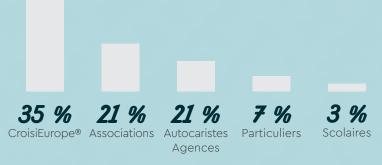


Perspectives 2024

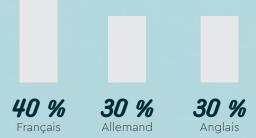
Encore plus de surprises & d'expériences Wow!

Les visites guidées groupes

Provenance des demandes



Langues des visites



Service réceptif groupes

L'Office de Tourisme propose diverses formules groupes (excursions, séjours, events, congrès & séminaires) mais aussi des formules "petits groupes" à vivre en famille ou entre amis, en collaboration avec l'agence réceptive Holiday Maker®. Le chiffre d'affaires, qui était fortement en baisse lors de la pandémie, remonte sensiblement depuis 2022.



Répartition du chiffre d'affaires

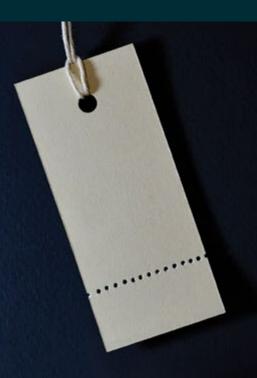
> **80 %** Saverne

> > **20 %**Marmoutier

20 536 €
chiffre d'affaires
2023 11 046 €
chiffre d'affaires
2022







Une boutique pleine de souvenirs!

La boutique de l'Office de Tourisme est composée de nombreux produits locaux afin de proposer aux visiteurs un large choix de cadeaux souvenirs (alimentaire, bière* locale, vaisselle, décoration...). L'équipe privilégie, en effet, les produits locaux et propose des objets "Made in Saverne", "Made in Alsace", "Made in France".

Chaque saison, elle sélectionne, avec soin, de nouveaux produits pour diversifier l'offre (nouveautés 2023 : cartes postales, magnets...). Des goodies de la destination sont également en vente.



Top 5 des ventes

Bières* La Licorne®

Ouvrages randonnées

Cartes postales

4

5

Confitures artisanales

Savons à la rose

Perspective 2024

De nouveaux produits illustrés... Toujours plus de nouveautés!

Encaissements pour l'OT

33 237 €

chiffre d'affaires

OT 2023

+ 23 %

53 %
du chiffre d'affaires
boutique



Encaissements pour les tiers

29 704 &chiffre d'affaires
des tiers 2023
- 26 %

47 % du chiffre d'affaires boutique

Billetteries

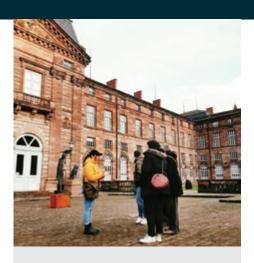
L'Office de Tourisme propose de nombreuses billetteries tout au long de l'année pour le compte des partenaires (Le Zornhoff, le Club Vosgien, la Ville de Saverne, le Théâtre Alsacien de Saverne...).



Spectacles au Zornhoff



Course aux œufs de Pâques



L'énquête game... Un pari réussi !

L'enquête game "L'Affaire du Collier de la Reine" au Château des Rohan a été lancé en décembre 2022. Il a suscité un fort engouement de la part de certains supports médias.

185personnes
en 2023

47enquêtes
en 2023

4 176 € chiffre d'affaires 2023



Festival Les Alpagas Bleus

Le Pôle Accueil au quotidien!

Des déguisements pour surprendre les visiteurs!



De nombreux mois à trier, à ranger, à jeter... en vue du déménagement.

L'Alsace Fan Day... la promotion de l'Alsace au delà de nos frontières! Des visites d'autres Offices de Tourisme pour trouver de l'inspiration et des visites de sites touristiques pour accroître notre connaissance de l'offre et de la destination.







Des mises en scène pour dynamiser les réseaux sociaux.



Pôle Communication & Marketing



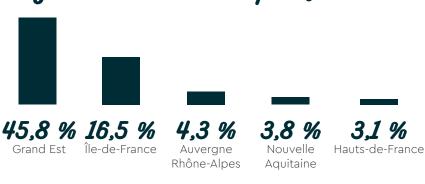
1.8 %

1 %

Pays-Bas

Origine des internautes français

Allemagne



4 %

Belgique



pages consultées + 19 %

Intérêts des internautes

79 %

France

Agenda	
Culture & Patrimoine	2
Randonnées	3

Perspectives 2024

- Modification des rubriques "Boutique" et "Shopping".
- Intégration du module Avizi.



Réseaux sociaux

Facebook®

Instagram[®]

X[®] (Twitter*)

10 230 abonnés + 5 %

2 425 abonnés + 21 % **845** abonnés + 3 %

Indicateurs

Les abonnés aiment les événements Wow et les belles photos.

Un travail quotidien est effectué pour valoriser les visuels des divers outils de communication et de promotion : site Internet, réseaux sociaux, magazines, journaux...

Messenger®

49messages
- 5 %

156
réponses aux commentaires

Instagram[®]

69 messages + 40 %

420personnes
ont identifié
"Tourisme
Saverne"



De nombreux outils

Incontournables

Plans touristiques Saverne & Marmoutier. Sets de table Saverne & Marmoutier.

Pass Avantages.

Brochures Hébergements & Restaurants.

Brochure Groupes.

Guide des Manifestations.

Programme des Estivales.

Programme des Journées du Patrimoine.

Programme de Noël.



1 038

personnes ont bénéficié de réductions en 2023 + 30 %

Pass Quantages

Le Pass Avantages permet aux visiteurs de découvrir les bonnes surprises de la destination tout en bénéficiant d'offres promotionnelles.

Ils peuvent profiter, toute l'année, d'avantages et de réductions valables dans de nombreux sites touristiques: Port de Plaisance, Musée du Château des Rohan, Roseraie, Jardin Botanique, Tour de l'ancien Télégraphe Chappe (Saverne), L'Atelier de l'Orgue, Musée du patrimoine et du judaïsme alsacien (Marmoutier), Musée du Patrimoine Agricole (Sommerau), Villa Meteor (Hochfelden), Maisons des Rochers (Graufthal), Musée Lalique (Wingen-sur-Moder), Musée du Pays de Hanau (Bouxwiller) et Plan Incliné (Saint-Louis Arzviller).

Perspectives 2024

• Lancement du magazine.

Nouveauté

Découvrez, en exclusivité, le nouveau magazine touristique de la destination avec une couverture 100 % illustrée! Il sera lancé début 2024 et sera dédié à la promotion du territoire. Cette illustration a été déclinée sur des magnets et des cartes postales. D'autres supports illustrés à venir!

Saverne





Hinraisan,

L'équipe propose un service de livraison des supports de communication.



Des animations pour se divertir toute l'année!

L'Office de Tourisme a renseigné 1 177 événements sur le LEI (Lieu d'Échange de l'Information) en 2023. Ces animations figurent sur le site Internet www.tourisme-saverne.fr (rubrique "Agenda"). Certains sont également diffusés sur le site régional www.visit alsace.

AND THE STATIONS

SET SAVERNE

GUIDE DES MANIFESTATIONS

GUIDE DES MANIFESTATIONS

GUIDE DES MANIFESTATIONS

GUIDE DES MANIFESTATIONS

GUIDE DES MANIFESTATIONS

GUIDE DES MANIFESTATIONS



Le programme "Noël au Pays de Saverne" a été consulté 7 270 fois !



Gestion de la Relation Client

L'Office de Tourisme s'investit, depuis 2019, dans la Gestion de la Relation Client (GRC) aux côtés des autres Offices de Tourisme alsaciens. Les clients, en séjour sur le territoire, reçoivent une sélection d'événements, de bons plans, de sites touristiques à découvrir avant, pendant et après leur séjour.

Une bonne manière de fidéliser la clientèle!

Ze Lab de l'OT

Le Lab de l'Office de Tourisme est un espace pro sur le site Internet www.tourisme-saverne.fr où l'on essaye de nouvelles choses, on questionne, on améliore, on innove, on va plus loin, on surprend!

Véritable émulateur de nouvelles idées, il accompagne les acteurs économiques dans les transitions clés afin d'harmoniser et de maintenir la dynamique territoriale!

Pour qui ?

Les acteurs économiques du territoire.



Montée en compétence

Quoi ?

Formation, conférence, tous les moyens sont mis en œuvre pour booster la professionnalisation!

Développement de nouvelles idées

Innovant, le Lab se veut porteur de projets qui démarqueront le territoire!

Veille active

Rester compétitif & se démarquer!

Conciergerie

Développement de nouveaux services à la carte!

Du côté des journalistes

L'équipe coordonne la venue des journalistes de A à Z (élaboration du programme, choix des intervenants, contact avec les divers acteurs...).

TF₁



accueils journalistes & influenceurs en 2023

France 3 Alsace

TF1

Marie-Claire Idées



Perspectives 2024

- Mise à jour du dossier de presse disponible sur le site Internet.
- Développement de campagnes médias ciblées.

Du côté des influenceurs







Tourisme Alsace



Perspectives 2024

- Des collaborations avec des influenceurs ciblés.
- Lancement de vidéos.

Le Pôle Communication au quotidien!

L'équipe est toujours présente lors des accueils médias pour coordonner la venue des journalistes et des influenceurs. Mais aussi pour assister l'équipe de tournage!



Et pour disposer de visuels de qualité pour les supports de communication.









Toujours surprendre les internautes via les réseaux sociaux.

Illustrer le territoire en toutes saisons.





Bonjour... L'Utelier de l'Orgue!

En avril 2022, l'Office de Tourisme a repris la gestion de L'Atelier de l'Orgue (anciennement Point d'Orgue) à Marmoutier. L'objectif est d'assurer la continuité de service et de renouveau. Le Pôle Culture a été créé pour clarifier, expérimenter, innover et booster le site. Découvrez les visages qui animent les lieux !

llne structure organisationnelle

Procédures Fonctionnement
Suivi Pôles Continuité
Booster Offres Expérimenter
Valeurs Conventions
Régie Démarches Immersion
Nouveautés Projets Transitions
Communication Prestations
Clarifier Collaborations
Connexions Documents cadres
Découvertes Diagnostic



2023... en quelques mots !

Une nouvelle équipe





Une exposition temporaire



L'Atelier de l'Orgue a proposé l'exposition "Estampe & Musique", du 1^{er} avril au 31 octobre 2023, en collaboration avec l'Atelier Imago de Strasbourg.

De nombreux ateliers (adultes & enfants) ont été proposés, tout au long de l'année, autour de cette thématique.

Un relooking du mur à flûtes & une nouvelle salle immersive

Le mur à flûtes a été repensé courant 2023 et la nouvelle salle immersive a vu le jour le 1^{er} décembre 2023. Elle a été réalisée par la société Pix 314 de Strasbourg. À expérimenter sans tarder!







Chiffres clés & temps forts

3 508 visiteurs + 11,5 %

21 725 €

chiffre d'affaires - 4 % **31** expériences + 29 %

435 visiteurs groupes

270 visiteurs scolaires

13 mai 2023 **Nuit des Musées** 35 personnes 16 & 17 septembre 2023 Journées du Patrimoine 109 personnes



31 octobre 2023 **Lecture de conte musical** 56 personnes 27 décembre 2023

Lecture de conte musical

40 personnes

Perspectives 2024

- Exposition temporaire "La Magie des Orgues de Barbarie" du 1^{er} mai au 31 décembre 2024.
- Ateliers enfants & adultes (verrerie, pop-up, lecture de contes, danse, cirque...).
- Organisation d'une kermesse.
- Mise en location de la Cave Dîmière au grand public et installation d'une cuisine.
- Développement d'un enquête game (enfant) et d'une formule anniversaire.

Communication



La page Instagram® a été créée en janvier 2023 et a obtenu plus de 1 000 abonnés en quelques mois!





Il y a eu 822 connexions sur la page "Nouvelle salle immersive" et 119 connexions sur la page "Tarifs".

Perspectives 2024

- Création d'un nouveau logo et d'une charte graphique.
- 2 000 abonnés sur Instagram®
- Refonte du site Internet.



Le Pôle Culture au quotidien!

Nouvelle année, nouvelle équipe!



Vernissage de l'exposition "Estampe & Musique" fin mars 2023.





Retour sur la visite de la facture d'orgue "Jäger und Brommer" à Waldkirch. Ils vont fournir du matériel pour la prochaine exposition... À suivre! Mylène & Amandine visitent régulièrement des musées (La Seigneurie à Andlau, le Musée Vodou à Strasbourg...) et participent à des événements (Réunion Orgue en France, Festival Stras'orgues...).





la promotion de l'Alsace au delà de nos frontières!



L'équipe a effectué une tournée des orgues en Alsace mais aussi dans le monde!

Zoom sur l'Orgue de l'Église Saint-Matthieu à Haegen.





Shopping & Pays de Saverne... l'outil commercial du Pays de Saverne!

Suite à une étude menée par le PETR (Pôle d'Équilibre Territorial et Rural) auprès des commerçants du territoire fin 2020 sur la place du numérique dans les commerces, des besoins se sont fait sentir.

Les différents acteurs ont décidé de créer un outil au profit du "consommer local".

Ainsi, la carte de fidélité Shopping & Pays de Saverne a ainsi été lancée en mai 2022.

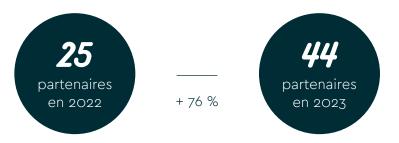
Gratuite pour les clients, elle leur permet de consommer, cagnotter et décagnotter chez les partenaires du territoire.

À cela s'ajoutent d'autres privilèges comme la carte cadeau lancée en novembre 2022, le stationnement offert pendant 2 h ou la possibilité de bénéficier d'actions marketing (soldes réservés aux détenteurs de la carte...).

Tout est mis en œuvre pour que clients et partenaires y trouvent leurs comptes!

Partenaires

De plus en plus de commerçants et prestataires de services du Pays de Saverne adhérent au programme de fidélité. Ils sont spécialisés dans l'habillement, la papeterie, les loisirs sportifs & créatifs, la grande distribution, la restauration & les métiers de bouche...





Carte de fidélité





Utilisation du parking Les détenteurs de la carte de fidélité bénéficient de 2 heures de

stationnement offertes.

en 2023

3 814 clients en 2022 *159 605 €* montant transactions

cagnottés en 2022

en 2022

2 227 utilisations en 2022

6 321 clients en 2023

+ 66 %

+ 205 %

+ 203 %

483 248 montant transactions en 2023

cagnottés en 2023

> 53 457 utilisations en 2023



1 066 cartes cadeaux vendues en 2023

Carte cadeau



Communication & Promotion





Le Pays de Saverne Plaine et Plateau a organisé, les "Digital Days" avec le soutien de la Région Grand Est et en collaboration avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Alsace Eurométropole. Sous la forme d'ateliers, cet accompagnement digital, encadré par des experts, était proposé aux acteurs économiques du territoire de mars à avril 2023.

Saverne. Cité des Héros

En mai 2023, Shopping & Pays de Saverne a créé l'événement "Saverne, Cité des Héros" en partenariat avec des élèves du Lycée Jules Verne. Cette journée dédiée aux familles, avait pour objectif de dynamiser la Ville de Saverne et de promouvoir le programme de fidélité.

Participation à de nombreux événements

L'équipe Shopping & Pays de Saverne était présente lors de nombreux événements (Festival Les Alpagas Bleus, "Chic, c'est la rentrée" ou durant les marchés hebdomadaires en saison estivale) pour assurer la promotion du programme de fidélité et des partenaires.





Réseaux sociaux

Facebook®





151 abonnés

La page Instagram® a été créée le 1^{er} décembre 2023.

Lance ta boutique à Saverne !

Shopping & Pays de Saverne, a lancé, en avril 2023, un appel à porteurs de projets pour soutenir une démarche commerciale dans les locaux de l'ancien Pressing Poincaré, en partenariat avec la Ville de Saverne.

Le projet "Bullez Jeunesse" (librairie indépendante, spécialisée en Jeunesse, BD et Manga) a été retenu par le jury et a pu ouvrir ses portes fin 2023 avec un logement progressif sur 18 mois.

L'occasion de soutenir le commerce local!



Quelques actions de communication

- Création d'une vidéo promotionnelle.
- Création d'une vidéo de chaque commerçants (sous la forme d'une interview - 7 épisodes fin 2023).
- Newsletters à destination des commerçants.
- E-mailing à destination des clients (mensuel mais aussi lors d'événements).

2023 en quelques mots...

Amélioration continue
360 degrés Carte de fidélité
Défis Challenge Proximité
Carte cadeau Ambiance commerciale
Parking Local Fidélisation
Rendre service Local Fidélisation
Commerces
Acteurs économiques ADN
Collaborations Indispensable

Perspectives 2024

- Poursuite de la démarche de développement dans une approche qualitative.
- Consolidation et pérennisation du programme.
- Toujours plus de clients et de partenaires!

Le Pôle Commerce au quotidien!

uotidien

Promotion au quotidien de la carte de fidélité et de la carte cadeau





L'équipe teste les produits des partenaires Shopping & Pays de Saverne afin de les mettre en avant. Mise en avant des événements commerciaux sur les réseaux sociaux (Soldes, Fête des Mères, Fête des Pères, Black Friday...).





Présence lors de nombreux événements (Festival Les Alpagas Bleus, la Braderie...) pour assurer la promotion du programme.



Des mises en scène pour dynamiser les réseaux sociaux.



La vie des sites touristiques

Port de Plaisance



Roseraie



Jardin Botanique



Musée du Château des Rohan



Château du Haut-Barr



Château de Grand Geroldseck



Tour de l'ancien Télégraphe Chappe



Camping



Stationnement camping-cars



Abbatiale Marmoutier Location Orgue





XUtelier de l'Orgue



Musée du patrimoine et du judaïsme alsacien



Agricole



Musée du Patrimoine Maison du Patrimoine & de la Chaussure



Port de Plaisance



Plan incliné





Office de Tourisme & du Commerce du Pays de Saverne

Cloître des Récollets 4 rue Poincaré F-67700 SAVERNE +33 (0)3 88 91 80 47 contact@tourisme-saverne.fr www.tourisme-saverne.fr