

# UTC GE36 juin 2019 – Durée 2 heures

## STRASBOURG, CAPITALE DE NOEL

Strasbourg, capitale de Noël a été lancé il y a vingt ans suite à une communication de la région Alsace qui annonçait :

Noël a un pays, L'Alsace !

A ce pays, il fallait une capitale ! C'est sans conteste une énorme réussite sur le plan touristique : le mois de décembre est devenu le point d'orgue de la saison touristique en Alsace, dépassant le tourisme estival.

Début 2018, vous venez d'être recruté(e) comme assistant à la direction Marketing de la Prospective et de la Planification au comité Régional du Tourisme d'Alsace. Votre première mission consiste à contribuer à l'élaboration d'un plan marketing pour Strasbourg et la région alsacienne.

- a) Etablissez un diagnostic interne et externe (SWOT) de l'évènement « Strasbourg, capitale de Noël » **(8 points)**
- b) Quelle est la problématique qui se pose au comité Régional du tourisme d'Alsace ? **(2 points)**
- c) Proposez des critères de segmentation des clients du produit « Strasbourg, capitale de Noël » ainsi que des cibles prioritaires. Quels objectifs proposez-vous pour ces différentes cibles ? Justifiez brièvement vos propositions. **(4 points)**
- d) Faites des propositions concernant le mix marketing au niveau du produit et de la communication auprès des différentes cibles. Justifiez brièvement vos propositions. **(6 points)**



## **‘Strasbourg, capitale de Noël’**

### **I. L’Alsace et les marchés de Noël**

L’Alsace a une longue tradition festive autour du temps de Noël, une période qui va du premier week-end de l’Avent à fin décembre. Elle peut en effet être considérée comme le berceau historique de la fête de Noël traditionnelle puisque la première mention d’un sapin de Noël est conservée dans une bibliothèque d’Alsace Centrale. Les premières traces des marchés de Noël remontent au XIV<sup>ème</sup> siècle dans la vallée du Rhin et dans les Flandres. A l’époque, on les appelait marchés de Saint Nicolas. Le plus célèbre marché de Noël de France est celui de Strasbourg qui date de 1570. Aujourd’hui il s’est développé et s’étend sur douze sites du centre-ville, en particulier autour de la Cathédrale de Strasbourg et sa célèbre Horloge astronomique (entrée gratuite : 3 millions de visiteurs annuels), sur la place Broglie et dans la ‘Petite France’, le quartier pittoresque de Strasbourg.

Les visiteurs sont invités à flâner sur les places et dans les ruelles où ils découvriront de nombreuses manifestations festives et mises en ambiance, le plus souvent gratuites : Illumination des rues ; son et lumières autour de la Cathédrale ; concerts et spectacles dans les églises ; 650 sapins de Noël décorent la ville (parmi eux, sur la place Kléber se dresse un sapin de vingt-huit mètres de haut, décoré de mille feux, le record du monde de taille après celui de Manhattan) ; village réservé aux enfants à partir de quatre ans ; ouverture sur les traditions d’autres pays (en 2009, par exemple, le pays invité était la Russie).

Le marché de Noël, c’est surtout 300 artisans et commerçants installés bien au chaud dans un chalet en bois qui proposent des spécialités culinaires (vin chaud, pain d’épices, petits gâteaux traditionnels, tartes flambées...), des sapins de Noël et des décorations (bougies, guirlandes, boules, figurines en bois) et, plus récemment, des jouets artisanaux, des objets d’artisanat en bois ou en céramique, voire des œuvres d’art. Une attention particulière est portée à la sélection des exposants qui doivent proposer des produits authentiques en lien avec la fête.

Contrairement à d’autres événements qui ne sont pas partagés par leur population locale, ‘Strasbourg, capitale de Noël’ est complètement adopté par les Strasbourgeois et les Alsaciens qui représentent 42 % des visiteurs. De nombreux habitants participent activement à la fête en illuminant et décorant leurs demeures.

35 autres villes et villages d’Alsace (Colmar, Riquewihr –de l’avis des amateurs l’un des plus jolis-Ribeauvillé, Kaysersberg, Obernai, Sélestat...) proposent eux aussi des ravissants marchés de Noël et rivalisent d’initiatives. Pour diffuser l’impact touristique sur toute la région, les acteurs du tourisme ont découpé l’Alsace en sept pays de Noël : le pays des mystères, le pays des lumières, le pays des étoiles, le pays des saveurs, le pays des chants et des étoffes, le pays des veillées et le pays des sapins. Ces thèmes bénéficient de nombreuses animations et d’une promotion médiatique.

Deux millions de visiteurs découvrent chaque année les marchés de Noël alsaciens. Ces touristes restent en Alsace sur des périodes courtes (un long week-end ou une petite semaine le plus souvent) et l’on enregistre 2,9 millions de nuitées dont 550 000 dans l’hôtellerie. De très nombreux touristes sont également logés à domicile par des amis ou des parents. On estime à 300 millions d’euros de chiffres d’affaires réalisés par les hôteliers, restaurateurs et commerçants auprès des touristes sur cette période. La moitié de cette somme est dépensée à Strasbourg.

## **II. Strasbourg**

Située au cœur de l'Europe, Strasbourg est facilement accessible par le réseau autoroutier et par le train : 100 millions d'Européens habitent à moins de 5 heures, 50 millions à moins de trois heures (Le TGV met Strasbourg à deux heures vingt de Paris ; certains touristes font même l'aller-retour dans la journée). Bien que l'arrivée du TGV Est ait marqué un fort recul de l'activité aéroportuaire de l'aéroport de Strasbourg Entzheim (1 109 000 passagers, -35 %), la proximité de plusieurs aéroports internationaux est également un atout de Strasbourg. Capitale européenne dotée de nombreuses institutions (Conseil de l'Europe, Parlement Européen, Cour de Justice Européenne, Pharmacopée européenne...), elle a développé des infrastructures de qualité pour héberger et transporter fonctionnaires et élus européens. Pour 'diffuser l'effet de Noël' sur tout le territoire régional, l'offre de TER est augmentée en décembre et une nouvelle carte 'Réflexe' permet à toute la famille de bénéficier de tarifs préférentiels : - 30 % en semaine et 70 % le week-end. Bientôt le Tram-train, véhicule hybride empruntant à la fois les voies du tram et du train pour conduire les voyageurs directement du centre ville aux autres villes. Egalement, 19 parkings ayant une capacité allant de 150 à près de 1 300 places sont disponibles dans et aux abords de Strasbourg. Parmi eux neuf parkings-relais (P+R) qui permettent de bénéficier d'une solution de stationnement à la journée astucieuse et économique. Situés à proximité d'une station de tram, ils offrent pour 3,60 € le parking et le transport de l'ensemble des passagers du véhicule.

Strasbourg a développé une offre hôtelière de qualité, vocation européenne oblige. En effet, les 10 sessions annuelles du Parlement européens amènent à Strasbourg de nombreux parlementaires, assistants, fonctionnaires et journalistes qu'il faut loger et restaurer. Par ailleurs, Strasbourg est la deuxième ville française en matière de congrès et de séminaires (environ 350 congrès pour plus de 90 000 congressistes par an). L'offre hôtelière est importante et a considérablement gagné en qualité. Les 3 et 4 étoiles représentent 36,3 % des capacités hôtelières de la région. Par ailleurs, une offre 0 étoile est apparue (10,4 %). Principalement constituée d'hébergement chez l'habitant, elle répond à une recherche d'authenticité, de rencontre avec les 'vrais gens' et à des considérations budgétaires. Pendant les marchés de Noël, cette offre se révèle toutefois insuffisante : le taux de remplissage atteint 90 % sur la période (contre 60 % le reste de l'année) et, notamment les week-ends, il est souvent impossible de trouver un hébergement. En effet les tour-opérateurs et les excursionnistes réservent les chambres longtemps à l'avance. 'Strasbourg, capitale de Noël' tourne au maximum de ses capacités et, à infrastructures constantes, il sera difficile de développer cet événement.

## **III. Les visiteurs du marché de Noël**

**1. Visiteurs alsaciens et des régions limitrophes.** Ils représentent 42 % des visiteurs des marchés de Noël. On constate ces dernières années une forte augmentation des nuitées marchandes de la part de personnes habitant dans un rayon de 150 kilomètres. Leur présence est primordiale. Ils contribuent en effet à faire de cet événement une grande fête populaire, ancrée dans la vie des habitants de la région, bien loin du côté artificiel d'un 'Disneyland'. Les deux tiers des Alsaciens participent aux marchés de Noël que l'on visite le plus souvent en famille. Un Alsacien sur quatre assiste aux spectacles et animations de Noël. Seuls 10 % n'y vont jamais, reprochant l'affluence ('il y a trop de monde'). Paradoxalement, l'étude de satisfaction montre que les visiteurs locaux sont plus critiques (note globale de 7,4/10 vs 8,35 pour les autres visiteurs) et, certainement du fait de l'habitude, sont moins émerveillés par les marchés les visiteurs des autres régions. Le touriste alsacien dépense 63 € en moyenne par jour.



**2. Touristes des autres régions de France** (représentant 42 % des touristes des marchés de Noël) pour lesquels on distingue ceux qui viennent par leurs propres moyens, les clients des excursionnistes, et ceux qui viennent en TGV. Ils proviennent essentiellement du quart Nord Est de la France. Ils dépensent 74 € par jour (43 € s'ils sont excursionnistes) et restent en moyenne 3,9 jours. 80 % viennent seulement pour le marché de Noël. 20 % allient le marché à un voyage professionnel ou à une visite à des amis/famille. Ils viennent principalement en couple (40 % de couples sans enfants). Il est intéressant de noter que les marchés de Noël d'Alsace comptent une clientèle fidèle (33 %) qui revient chaque année ou presque et qu'inversement, dans 41 % des cas, il s'agit de personnes qui découvrent l'Alsace. Il faut remarquer que pour 48 % des visiteurs, le bouche-à-oreille est la principale source de connaissance des marchés de Noël et que 94 % d'entre eux sont prêts à recommander à leur tour cette destination à leurs amis.

Plus que toute autre, la clientèle 'TGV' est tournée vers la ville de Strasbourg. 94 % d'entre eux visitent la capitale alsacienne et 74 % ne visitent qu'elle. Ils sont plus nombreux que les autres visiteurs à descendre dans un hôtel (68 %). Si 60 % d'entre eux connaissent déjà l'Alsace, pour 75 % il s'agit de leur première visite sur les marchés de Noël. Leur satisfaction par rapport à Strasbourg est fort (notée 8,3/10) ainsi que celle vis-à-vis de la SNCF (8,1/10). Le seul indice dans le rouge est le prix du billet de TGV (noté 5,7/10). Si l'on compare les composantes de la satisfaction des visiteurs TGV vs autres visiteurs, on note trois différences significatives : 1) L'accès aux marchés de Noël qui est beaucoup mieux noté (ils ne sont en effet pas handicapés par leur véhicule et le TGV les dépose au Centre ville) ; 2) Le rapport qualité/prix de l'hébergement est en revanche moins bien noté (sans véhicule, ils sont tributaires des hôtels de centre ville, plus chers que ceux des petites villes ou de la périphérie strasbourgeoise). 3) Enfin, ils notent plus sévèrement les animations de Noël.

**3. Touristes étrangers**, qui se subdivisent également en touristes qui viennent par leurs propres moyens et les clients des excursionnistes. A la frontière de l'Allemagne et de la Suisse, l'Alsace est la région française dont la part des nuitées étrangères est la plus importante:

<b>Poids des différents marchés dans l'hôtellerie alsacienne (nb de nuitées)</b>	<b>Total Année 2018</b>	<b>Poids sur le total des nuitées étrangères</b>	<b>Evolution vs 2017</b>
Allemagne	571 877	26,4%	-7,1%
Belgique	423 773	19,5%	2,6%
Italie	196 374	9,0%	-11,4%
Suisse	181 929	8,4%	-0,5%
Royaume-Uni	153 310	7,1%	-4,3%
Pays-Bas	132 868	6,1%	1,7%
Espagne	62 237	2,9%	4,0%
Danemark	47 873	2,2%	-7,6%
Etats-Unis	69 729	3,2%	-16,9%
Autres	330 000	15,2%	

P.m. : les touristes français ont représenté 3 559 300 nuitées en 2018

Les touristes étrangers ne représentent que 16 % des touristes des marchés de Noël, alors qu'ils sont proportionnellement beaucoup plus nombreux les autres mois de l'année (38 %).

Il est vrai que les voisins proches (Allemands, Belges et Suisses) ont également une tradition de marchés de Noël chez eux et que les marchés d'Alsace ne constituent pour eux qu'un demi-dépaysement. A côté des Allemands (5 %), des Belges (4 %), des Suisses (2 %), des Anglais (1%) et des Néerlandais (1%), on entend en effet dans la rue de plus en plus de visiteurs Polonais, Tchèques, ou issus de l'ex-Union-Soviétique (Russes, Baltes, Kazakhs...). En moyenne le touriste étranger reste 3,5 jours en Alsace et dépense 104 € par jour (41 € pour les excursionnistes). Sur ce segment plus que sur tout autre, la moyenne est la résultante de valeurs très disparates.

#### **IV. Compte rendu de la réunion au Comité Régional de Tourisme d'Alsace.**

- Mme Fritz : Une fois de plus, 'Strasbourg, capitale de Noël' est un bon cru. C'est une initiative que l'on nous envie dans le monde entier. Avec 10 % de fréquentation en plus par rapport à l'an passé (grâce notamment à une semaine supplémentaire) la crise se fait moins sentir que l'on pouvait le craindre.
- M. Lefranc : Je dois avouer que je suis soulagé que les menaces de chute de l'activité touristique due à la pandémie annoncée de la grippe A et à la vague de grand froid entraînant des retards dans les TGV, ne se soient pas concrétisés. Cette période est en effet cruciale pour notre hôtellerie, et de manière générale pour notre industrie touristique, qui réalise en décembre près de 15 % de son activité annuelle.
- Melle Dollina : On constate avec plaisir que l'enquête menée montre un important taux de satisfaction (83% de satisfaits dont 40% de très satisfaits) ainsi qu'un taux d'intention élevé de revenir (85%) et surtout de recommander cette destination à leurs proches (94%).
- Mme Fritz : Cette même étude montre toutefois un tassement de la dépense moyenne par visiteur dans les commerces et les restaurants, la crise est passée par là.
- M. François : 'Strasbourg, capitale de Noël' est une formule maintenant bien rodée et nous ne pouvons que nous en féliciter. Cependant je souhaite anticiper des développements pour que demain cette success-story se poursuive. Nous atteignons actuellement nos limites en termes de saturation. L'offre hôtelière n'est pas extensible et les sites pittoresques sont presque tous aménagés pour accueillir les chalets du marché.
- Mme Fritz : Représentante des commerçants du centre ville, je ne peux être tout à fait d'accord avec vous sur ce point. Il y a un réel travail à accomplir pour drainer vers Strasbourg de nouvelles clientèles à fort pouvoir d'achat tels les Japonais ou les Chinois.

