

## Benchmarking filière découverte : Munich, Oktober Fest

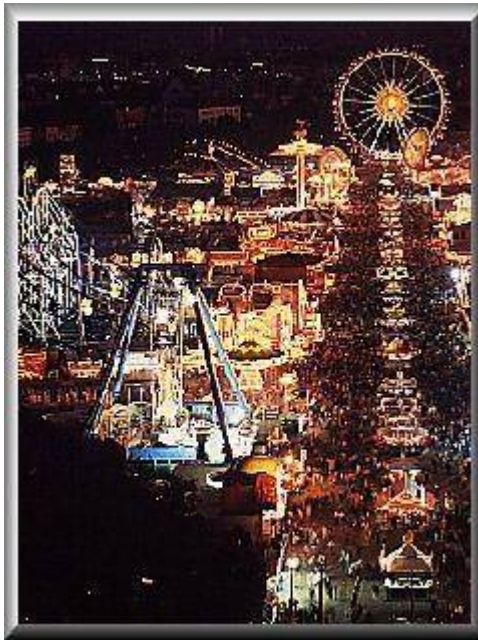
**Ancrer une manifestation emblématique  
d'envergure mondiale**



	Stratégie orientations	Outils marketing	Partenariats	Structuration de l'offre	Autres
Munich, Oktober Fest	X				Franchises

# Munich – Oktober Fest

## Présentation



Oktober Fest, à Munich, réuni chaque année plus de 6,5 millions de visiteurs. Cette fête représente autour de 954 millions € de chiffre d'affaires par an. Elle est plus considérée comme une fête bavaroise. C'est une expérience collective, avec plus de 90 % de visiteurs qui viennent accompagnés.

Visiteurs âgés de moins de 30 ans : 60 %

70 % des visiteurs utilisent les transports en commun.

173<sup>ème</sup> édition en 2006.

Manifestation qui dure 18 jours.



- **Personne contactée :**

Mme Brandt – Office du Tourisme  
de Munich

- **Contact :** 00 49 89 233 30 294

### *Un exemple d'évènement qui, une fois connu, ne nécessite que très peu d'investissements*

- Oktober Fest, à Munich, est une fête mondialement connue.
- Elle réunit chaque année plus de **6,5 millions de visiteurs**.
- La plupart des visiteurs sont **allemands** et sont réguliers.

#### **Des outils de communication simples mais efficaces :**

- Un logo, une mascotte, ...
- Un site **Internet**, avec des Webcams.
- Le **bouche à oreille** :
  - Le meilleur outil marketing pour la ville de Munich.
  - Ils se servent principalement de ce biais de communication car la destination est connue et reconnue à travers le monde.
- Un **budget de relations publiques très limité** :
  - Budget : 38 000 €

#### **Un système de franchise :**

- Le succès de cette fête est tel, que son concept a été repris dans d'autres pays (Brésil, Canada, États-Unis, ...), avec une certaine réussite.

**OPT → Ancrer une manifestation emblématique d'envergure mondiale**

# Munich – Oktober Fest

## 1. Stratégie et objectifs poursuivis

Organiser  
chaque  
année la  
fête  
mondiale  
de la bière

- La fête de la bière à Munich est mondialement connue, la plupart des visiteurs sont allemands et les visiteurs sont réguliers. L'Office du Tourisme de Munich n'a pas besoin de faire connaître la destination car la raison première de la venue de touristes étrangers à Munich est la fête de la bière. Ils s'attachent donc à développer cette fête dans d'autres pays, avec un système de franchises.
  - Notoriété spontanée : 91 % des personnes interviewées à travers le monde connaissent « Oktober Fest ».
  - Environ 72 % des visiteurs sont bavarois, et seulement 15 % de visiteurs étrangers, notamment Autriche, Suisse et France.
  - 78 % sont des visiteurs réguliers, seul 22 % y viennent pour la 1ère fois.
  - 71 % des visiteurs viennent d'abord à Munich pour cette fête.
- La municipalité de Munich est l'organisateur de cette fête depuis 180 ans.
- Depuis 1975, la responsabilité incombe à l'Office du Tourisme de Munich.
- Les décisions importantes concernant le festival sont prises en concertation avec le Ministère du Travail et du Développement Économique et le Comité Économique du Parlement de Munich.
  - Ils sont notamment en charge de choisir, selon des critères bien spécifiques, quelles tentes auront la chance de participer à la fête (sur 1 500 demandes, 700 seront choisies).
- La municipalité met à disposition des tentes et stands mobiles.

## 2. Outils marketing mis en place

Peu de  
moyens  
nécessaires  
pour un  
événement  
mondialement  
connu

- **Des outils simples mais qui servent efficacement la visibilité de la ville :**
  - Un logo
  - Un poster
  - Une mascotte
- **Relations publiques :**
  - Budget : 38 000 €
  - Pour le poster annuel, l'impression des brochures, posters et articles de presse.
  - Travail principalement de réactivité, et d'information du public
  - Attention particulière sur les segments Familles / Adultes avec enfants, Environnement et Handicapés.
- **Internet :**
  - Utilisation d'Internet avec la mise en place de Webcams pour les centaines de millions d'internautes qui souhaitent voir l'Oktober Fest.
- **Une marque déposée :**
  - Création en 1995.
  - Sert pour franchiser d'autres fêtes à travers le monde.
  - Fête qui s'est exportée dans le monde (plus de 2 000), les plus grandes étant à Blumenau au Brésil (1 M de visiteurs), Kitchener au Canada (1 M de visiteurs), Frankenmuth Oktober-fest dans le Michigan (350 000 visiteurs).
- **Le bouche à oreille :**
  - Le meilleur outil marketing pour la ville de Munich.
  - Ils se servent principalement de ce biais de communication car la destination est connue et reconnue à travers le monde.
- **Programmation :** dates des prochaines fêtes connues jusqu'en 2030.

## 3. Structuration de l'offre

Des infrastructures importantes et de nombreuses festivités autour de l'évènement

- **Les infrastructures :**
  - Entre 31 et 26 hectares (tous les 4 ans, la foire agricole centrale occupe une partie de l'espace).
  - 100 000 places assises, le plus grand chapiteau de la brasserie Hofbäu accueille 10 000 personnes assises.
  - Installations sanitaires gratuites (inclut des toilettes handicapés).
  - Un réseau de transports publics ouvert la nuit.
- **Les professionnels :**
  - 621 participants professionnels (297 commerçants, 235 forains, 75 services de restauration, 14 grandes tentes).
  - 8 000 employés, plus 4 000 personnes en alternance.
- **Tarifs :**
  - Entrée gratuite, mais consommation obligatoire dans les tentes.
  - Entre 6,95 € et 7,50 € la bière.
- **Les festivités :**
  - L'arrivée des brasseurs et tenanciers, en défilé sur des calèches, dans des costumes traditionnels, qui regroupe environ 1 000 personnes.
  - Le défilé des sociétés de tir et de costumes folkloriques, de 8 000 personnes, des groupes d'Allemagne, d'Autriche, de France, d'Italie, de Suisse et d'autres pays européens en uniformes et costumes d'époque, accompagnés de 2 500 musiciens, 60 chars, de nombreux chevaux de race, défilé étendu sur près de 7 kilomètres.
  - Concert de tous les orchestres de la « Wiesn », 400 musiciens qui se réunissent pour un grand concert à ciel ouvert au pied de la statue de la Bavière.
  - Tir au canon à la clôture de la fête, 60 artilleurs viennent faire une salve d'honneur pour clore les réjouissances.
- **Des attractions autour de cette fête :**
  - Attractions modernes ou anciennes se côtoient, gérées par des forains.
  - Une loterie organisée.
- **Un repas organisé pour les nécessiteux.**

### 3. Structuration de l'offre (suite)

#### Cartes de transports et offres destinées aux familles

- **Des produits pour simplifier le séjour des visiteurs :**
  - München Welcome Card : un ticket spécial pour le week-end en partenariat avec la Deutsche Bahn.
- **Des offres spécifiques pour certains segments :**
  - « MittagsWiesn » : initiative à destination des **familles**, avec des réductions pendant une partie de la journée (de 12h à 15h).
    - 81 % des visiteurs accompagnés d'enfants se servent de ses réductions.
    - Deux journées à tarif réduit pour les familles.

## 4. Autres éléments pertinents

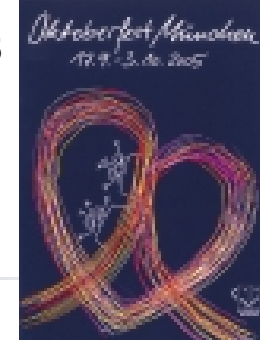
Une fréquentation qui ne faiblit pas depuis 15 ans

- Historique du nombre de visiteurs de la fête de la bière depuis 1980.
  - A noter en gras, les années où avait lieu la foire agricole qui permet d'attirer un plus grand nombre de visiteurs malgré la taille plus réduite du terrain (26 contre 31 hectares).

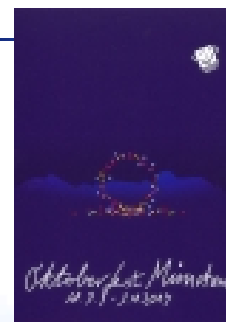
Rétrospective 2005	Nombre
Visiteurs	6.1 millions
Bières	6.1 millions de litres
Poulets rôtis	479 610
Jambonneaux	55 913
Boeufs entiers cuits à la broche	95

Année	Visiteurs en millions
<b>1990</b>	<b>6.7</b>
1991	6.4
1992	5.9
<b>1993</b>	<b>6.5</b>
1994	6.6
1995	6.7
<b>1996</b>	<b>6.9</b>
1997	6.4
1998	6.5
1999	6.5
<b>2000</b>	<b>6.9</b>
2001	5.5
2002	5.9
2003	6.3
<b>2004</b>	<b>5.9</b>
2005	6.1

Communiqué de presse fourni par l'Office du Tourisme de la ville de Munich – [www.muenchen-tourist.de](http://www.muenchen-tourist.de)



Oktoberfest-Befragung 2000



Landeshauptstadt München  
Referat für Arbeit und Wirtschaft  
Fremdenverkehrsamt

Plakatmotive Oktoberfest 1996 - 2003



Eine fachkundig Jury wählt jedes Jahr in einem Wettbewerb das offizielle Plakatomotiv

### Oktoberfest – Befragung 2000

## Munich – Oktober Fest

### *Programmation des dates – Fin 2030*

20. September – 05. Oktober 2003  
18. September – 03. Oktober 2004  
17. September – 02. Oktober 2005  
16. September – 01. Oktober 2006  
22. September – 07. Oktober 2007  
20. September – 05. Oktober 2008  
19. September – 05. Oktober 2009  
18. September – 03. Oktober 2010  
17. September – 02. Oktober 2011  
22. September – 07. Oktober 2012  
21. September – 06. Oktober 2013  
20. September – 05. Oktober 2014  
19. September – 04. Oktober 2015  
17. September – 02. Oktober 2016

16. September – 01. Oktober 2017  
22. September – 07. Oktober 2018  
21. September – 06. Oktober 2019  
19. September – 04. Oktober 2020  
18. September – 03. Oktober 2021  
17. September – 02. Oktober 2022  
16. September – 01. Oktober 2023  
21. September – 06. Oktober 2024  
20. September – 05. Oktober 2025  
19. September – 04. Oktober 2026  
18. September – 03. Oktober 2027  
16. September – 01. Oktober 2028  
22. September – 07. Oktober 2029  
21. September – 06. Oktober 2030

Oktoberfest – Befragung 2000