

Acte Certifié exécutoire

Envoi : 16/04/2012

Réception par le Prefet : 16/04/2012

Publication : 20/04/2012



# Conseil Général Haut-Rhin

## Extrait des délibérations

De la Commission Permanente

Pour le Président du Conseil Général  
et par délégation  
Ludovic LIONS  
Chef du Service Administratif de  
l'Assemblée

N° CP-2012-4-2-11

Séance du vendredi 13 avril 2012

### CONVENTION CADRE DE PARTENARIAT RELATIVE A L'OBSERVATOIRE REGIONAL DU TOURISME D'ALSACE

Le Conseil Général,

VU l'article L 3211-1 du Code Général des Collectivités Territoriales relatif aux compétences du Conseil Général,

VU la délibération n°CG-2011-1-1-4 du 31 mars 2011 relative aux délégations de compétences du Conseil Général à la Commission Permanente,

VU le rapport du Président du Conseil Général

#### APRES EN AVOIR DELIBERE

- approuve la convention cadre de partenariat relative à l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace, jointe en annexe 1 à la présente délibération, entre le Secrétariat d'Etat au Tourisme, la Communauté Urbaine de Strasbourg, le Grand Pays de Colmar, Mulhouse Alsace Agglomération, le Conseil Général du Haut-Rhin, le Conseil Général du Bas-Rhin, le Conseil Régional d'Alsace et le Comité Régional du Tourisme d'Alsace et autorise le Président du Conseil Général du Haut-Rhin à la signer ;
- désigne Monsieur Alphonse HARTMANN, en qualité de délégué titulaire, et Monsieur Laurent LERCH, en qualité de délégué suppléant au Comité de Pilotage (COPIL) de l'ORTA.

LE PRESIDENT

Charles BUTTNER

Adopté

2 abstentions :

Gilbert BUTTAZZONI

Pierre FREYBURGER

# Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace

*Convention cadre*

le ..... 2012



DIRECCTE  
Alsace



Conseil Général  
  
Haut-Rhin



Strasbourg.eu  
& COMMUNAUTÉ URBAINE

tourisme-alsace.com  
**ALSACE**  
Comité Régional du Tourisme

Entre

les partenaires de l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace (ORTA) :

- Le Secrétaire d'Etat chargé du tourisme, représenté par le Préfet de la région Alsace, Monsieur Pierre-Etienne BISCH, Petit Broglie, 67000 STRASBOURG ;
- La Région Alsace, représentée par son Président, Ministre chargé des collectivités territoriales, Monsieur Philippe RICHERT, 1 place Adrien ZELLER, 67000 STRASBOURG ;
- Le Conseil Général du Bas-Rhin, représenté par son Président, Monsieur Guy-Dominique KENNEL, place du Quartier Blanc 67000 STRASBOURG ;
- Le Conseil Général du Haut-Rhin, représenté par son Président, Monsieur Charles BUTTNER, 100 Avenue d'Alsace, 68000 COLMAR ;
- La ville de Colmar, représentée par son Maire, Monsieur Gilbert MEYER, pour le compte du Grand Pays de Colmar, en vertu de la convention de coopération du 30/11/2000 et du Collège des Présidents du 21 juin 2012 ;
- La Communauté Urbaine de Strasbourg, représentée par son Président, Monsieur Jacques BIGOT ;
- Mulhouse Alsace Agglomération (m2A), représentée par son Président, Monsieur Jean-Marie BOCKEL ;

et

- Le Comité régional du Tourisme d'Alsace (CRTA), représenté par sa Présidente déléguée, Mme Marie-Reine FISCHER, en tant que structure de gestion de l'ORTA ci-après désigné « l'ORTA-CRTA » ;

il est convenu ce qui suit :

#### **Préambule :**

L'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace réalise des missions d'ordre général :

- études et évaluations économiques du tourisme ;
- veille stratégique ;
- statistiques de flux, de fréquentation et de consommation ;
- analyse qualitative de l'offre et de la demande, reflet de l'activité de cette filière ;
- image de l'Alsace, mesure du niveau de satisfaction, de la notoriété, des attentes des clientèles.

Pour les missions plus spécifiques nécessitées par les besoins de réflexion stratégiques des acteurs publics, la connaissance d'évènements particuliers, les retombées économiques des actions engagées, ou toutes autres attentes spécifiques, les partenaires signataires de cette convention s'engagent à travailler en concertation et en mobilisant l'expertise et l'ingénierie de l'ORTA-CRTA.

Suivant l'ampleur et la complexité de ces actions spécifiques, l'ORTA-CRTA sera amené à engager des contrats particuliers ou, le cas échéant, à faire intervenir des ressources externes, dans le respect des termes du code des marchés publics.

## **Article 1- Objet de la convention**

La présente convention cadre établit les modalités du partenariat entre ses différents signataires pour assurer la pertinence et l'efficacité d'un observatoire de l'activité touristique en Alsace, dénommé ci-après « Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace » (ORTA-CRTA).

## **Article 2- Les missions de l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace**

En vue d'améliorer la connaissance de l'activité touristique en région, l'ORTA-CRTA développe les missions suivantes :

### **Article 2.1-. Une mission d'observation générale**

L'ORTA-CRTA fournit aux acteurs régionaux du tourisme, publics ou privés, des éléments d'information et d'analyse, voire d'aide à la décision, nécessaires à la conduite et au développement de leur activité. A cette fin, l'ORTA-CRTA assure :

- le recueil, le traitement et l'analyse des données quantitatives et qualitatives relatives à l'activité touristique en région, la filière touristique étant traitée à ce titre en tant que secteur d'activité économique ;
- la diffusion des données, analyses et expertises relatives au secteur touristique auprès des acteurs du tourisme alsacien, et notamment des décideurs économiques.

Au titre de sa mission d'observation générale, l'ORTA-CRTA établit un plan de communication à l'intention des médias. Ce plan de communication fait partie intégrante du plan d'actions annuel visé à l'article 4 ci-après.

### **Article 2.2-. Des missions d'observation plus spécifiques**

Les travaux réalisés par l'ORTA-CRTA servent de référence pour l'information des collectivités dans le cadre de leur réflexion stratégique pour le développement du tourisme. A cette fin, l'ORTA-CRTA recueille, traite, analyse et fournit aux parties signataires :

- les données économiques et statistiques permettant d'accompagner la mise en œuvre de la stratégie régionale du tourisme, des stratégies ou schémas départementaux du tourisme, et de développement touristique des trois agglomérations partenaires ;
- les éléments d'évaluation de l'impact de manifestations touristiques d'envergure organisées en Alsace.

### **Article 2.3-. Une mission de veille stratégique et marketing**

En tenant compte du contexte national et international, et en particulier pour enrichir les approches prospectives sur la demande et le positionnement de l'offre touristique dans le cadre des coopérations mises en œuvre dans l'espace du Rhin Supérieur, l'ORTA-CRTA assure une fonction de veille destinée à :

- analyser et anticiper les tendances d'activités saisonnières ;

- identifier les déterminants majeurs influençant l'activité touristique ;
- définir des indicateurs relatifs à la demande et au positionnement de l'offre touristique en région.

### **Article 3- Principes de fonctionnement de l'ORTA-CRTA**

#### **Article 3.1-. Principes généraux**

L'activité de l'ORTA-CRTA s'inscrit dans le strict respect de la directive européenne statistique et de la loi n°51-711 du 7 juin 1951 sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistiques.

Pour la mise en œuvre des missions de la présente convention cadre, l'ORTA-CRTA veille à se conformer aux recommandations de l'Organisation Mondiale du Tourisme (méthodologie, terminologie). Ces normes d'étude et d'analyse facilitent ainsi les mesures comparatives entre territoires voisins.

#### **Article 3.2-. Recueil, traitement et analyse de données, expertises et études, diffusion**

Les données dont l'ORTA-CRTA assure la collecte, portent notamment sur l'hébergement, la restauration, les activités de loisirs et les lieux de visites, ainsi que sur les événements et animations touristiques en région.

L'ORTA-CRTA veille à la cohérence des systèmes de collecte et de traitement des données en vue de permettre leur fiabilité et la comparaison des résultats.

En tant que de besoin, l'ORTA-CRTA peut recourir à des experts et prestataires de son choix.

L'ORTA assure la diffusion des informations traitées, en mentionnant systématiquement les sources et méthodologies de traitement retenues.

#### **Article 3.3-. Conventions de partenariat**

Pour exercer les missions qui lui sont confiées, l'ORTA-CRTA peut conclure des partenariats avec, et sans exclusivité ; l'Insee, les structures fédératives et professionnelles, les instances de labellisation et les réseaux qualité concernés, les spécialistes du tourisme d'affaires et de congrès.

Les partenariats précités donnent lieu à conventions. Ces conventions sont signées entre le Comité régional du Tourisme d'Alsace, partie à la présente convention cadre, et dont l'ORTA relève juridiquement et administrativement, et les partenaires concernés.

Les conventions visées à l'alinéa précédent précisent :

- la nature des données collectées ;
- le traitement envisagé et la méthodologie de traitement ;
- les résultats attendus ;
- la fréquence et le calendrier de restitution des données traitées ;
- ainsi que tout autre élément participant à la pertinence de ces informations.

### **Article 3.4-. Programmation des études et partenariats spécifiques**

En conformité avec la stratégie pluriannuelle fixée selon les modalités précisées à l'article 4 ci-après, l'ORTA-CRTA inscrit dans son plan d'actions annuel les études qu'il entend conduire et leur programmation.

Dans un souci de coordination et d'efficacité, chaque signataire de la présente convention s'engage à communiquer à l'ORTA-CRTA les études à caractère touristique qu'il pourrait être amené à conduire à son initiative.

A la demande de tiers ou de l'un des signataires de la présente convention, des expertises ou des études spécifiques pourront être réalisées par l'ORTA-CRTA. Ces dernières, si elles donnent lieu à contrepartie financière, devront respecter le Code des marchés publics. Ces travaux devront faire l'objet d'un accord préalable du Comité de pilotage visé à l'article 4 ci-après.

### **Article 4-. La gouvernance**

#### **Article 4.1-. Le Comité de Pilotage et ses attributions**

Un comité de pilotage (COPIL) composé de l'ensemble des partenaires signataires détermine la stratégie et le plan d'actions annuel à mettre en œuvre pendant toute la durée de la convention cadre. Le COPIL examine également les modifications, le cas échéant du plan d'actions annuel et son bilan.

#### **Article 4.2-. Composition et désignation, présidence**

Le COPIL est composé de 8 membres, soit un représentant de chaque partie signataire de la présente convention.

Chacun des signataires désigne son représentant au sein du COPIL (un titulaire et un suppléant), et procède à son remplacement quand le mandat électif ou représentatif de celui-ci prend fin.

Lors de sa première réunion, le COPIL élit son président par un vote à la majorité simple.

Le président du COPIL est élu pour la durée d'application de la présente convention.

#### **Article 4.3-. Fonctionnement**

Le COPIL se réunit une fois par semestre. Il est convoqué par son président. Les convocations aux réunions du COPIL, accompagnées d'un ordre du jour, sont envoyées à ses membres au moins 15 jours avant la réunion.

Pour la validité des décisions prises par le COPIL, la présence de la moitié au moins de ses membres est requise.

Les décisions du COPIL sont prises à la majorité des membres présents ou représentés. La voix de son président est prépondérante en cas de partage des voix.

L'ORTA-CRTA dresse un procès-verbal des réunions du COPIL.

### **Article 5 - . Comité technique**

Pour assurer l'élaboration et le suivi du plan d'actions annuel, l'ORTA-CRTA s'appuie sur un comité technique.

Ce comité technique est composé des représentants des signataires de la présente convention, ainsi que des deux agences de développement touristique (ADT) du Bas-Rhin et de Haute-Alsace.

Dans le cadre de ce comité technique l'ORTA-CRTA peut faire appel, en tant que de besoin, à toute personne morale qualifiée sur les sujets traités et, en particulier, aux services de l'Etat, aux chambres consulaires d'Alsace et au RésOT-Alsace.

### **Article 6 - . Conventions financières et administration**

L'ORTA relève juridiquement et administrativement du Comité Régional du Tourisme d'Alsace, qui affecte les moyens humains et matériels nécessaires à la réalisation de ses missions.

Lors du premier exercice 2012, les engagements financiers des partenaires seront le reflet des financements antérieurs. Ensuite en année 2, et 3, le programme d'actions et les ressources seront définis d'un commun accord entre les partenaires, sachant que la Région Alsace, au vu de sa compétence générale appliquée au développement régional du tourisme, restera un pourvoyeur déterminant de l'ORTA-CRTA. L'Etat a pour sa part, contractualisé un engagement dégressif sur la durée de la présente convention.

### **Article 7- . Durée d'application de la convention cadre**

La présente convention cadre à une durée de validité de trois ans. Elle couvre la période 2012-2014.

### **Article 8 - . Modifications**

Toutes modifications des clauses de la présente convention devront être faites d'un commun accord et constatées par un avenant dûment approuvé par les parties.

## **Article 9 - Litiges**

Les litiges qui pourraient naître de l'application de la présente convention sont de la compétence du Tribunal Administratif de Strasbourg.

Toutefois les parties s'engagent, avant d'ester en justice, à tenter de résoudre à l'amiable tout différend qui résulterait de l'interprétation, de l'exécution et des suites de la présente convention.

A Strasbourg, le .....

Le Président de la Région Alsace,  
Ministre chargé des collectivités  
territoriales,

Monsieur Philippe RICHERT

Le Secrétaire d'Etat chargé du tourisme,  
représenté par le Préfet de la région  
Alsace,

Monsieur Pierre-Etienne BISCH

Le Président du Conseil Général  
du Bas-Rhin,

Monsieur Guy-Dominique KENNEL

Le Président du Conseil Général du  
Haut-Rhin,

Monsieur Charles BUTTNER

La Présidente du Comité régional  
du Tourisme,

Madame Marie-Reine FISCHER

Le Maire de Colmar pour le Grand Pays  
de Colmar,

Monsieur Gilbert MEYER

Le Président de la Communauté  
Urbaine de Strasbourg

Monsieur Jacques BIGOT

Le Président de Mulhouse Alsace  
Agglomération

Monsieur Jean-Marie BOCKEL



## Annexe 2

### Les missions réalisées par l'ORTA avant la mise en œuvre de la convention cadre (2012-2014)<sup>1</sup>

#### I- Missions d'observation générale (cf. article 2.1 de la convention cadre)

##### ➤ Les enquêtes de fréquentation

⇒ Les enquêtes de **fréquentation dans les hébergements hôteliers** et dans les campings ; enquêtes réalisées par l'Insee et traitées par l'ORTA. Pour l'hôtellerie, l'ORTA commande à l'Insee une extension d'échantillon, qui permet d'interroger tous les hôtels alsaciens ; cette extension permet d'obtenir des données plus fines par nationalité et par espace géographique. Nuitées et taux d'occupation par mois, par nationalité, par catégorie, par secteur géo-touristique, dont les 3 grandes agglomérations (Strasbourg, Colmar, Mulhouse) et les 2 départements. Elle permet également de suivre les volumes des nuitées des Français et des étrangers (plus de 30 pays), ainsi que les évolutions depuis 2000.

⇒ D'autres enquêtes mensuelles ou annuelles de fréquentation sont réalisées et traitées par l'ORTA ; enquêtes auprès des lieux de visite, des centrales de réservation des gîtes de France, des hébergements collectifs via l'AJA, des réceptifs du tourisme d'Affaires pour le *Convention Bureau*, des offices de tourisme...

⇒ L'enquête de **conjoncture estivale** permet d'obtenir rapidement un avis des professionnels sur leur activité ; elle consiste en une interrogation par courriel de 400 à 460 professionnels de l'hôtellerie, des campings, des lieux de visite, des restaurants, ainsi que des centres de réservation sur le ressenti de leur activité estivale. 3 vagues d'enquête sont organisées (début juin, fin juillet, fin août) pour répondre aux 3 vagues de l'enquête de conjoncture nationale, lancée par Atout France, Offices de tourisme de France et la Rn2D.

⇒ L'achat des données annuelles de **l'hôtellerie de chaîne** produites par *MKG Hospitality* ; Il s'agit des données de performance économique (prix moyens et revenus par chambres) ; elles permettent de positionner l'hôtellerie alsacienne par rapport à ses concurrentes du Grand-Est.

##### ➤ Les suivi des profils et caractéristiques des clientèles

⇒ Souscription à l'enquête national **SDT** réalisée par TNS Sofres pour la DGCIS (ministère de l'Economie) ; Il s'agit de décrire les profils et caractéristiques de séjours des Français en Alsace et particulièrement dans les hébergements marchands. (Pour la première fois depuis 2000 cette

---

<sup>1</sup> Les missions déjà portées par l'ORTA avant la mise en œuvre de la Convention cadre (2012-2014) sont présentées dans cette annexe, par référence aux articles correspondant de ladite Convention cadre. Elles constituent le socle des activités de l'Observatoire au cours des années précédentes, 2011 y compris.

commande n'a pas été passée en 2011 pour permettre la réalisation de l'étude d'impact du rallye de France-Alsace.)

⇒ Action mutualisée des **observatoires du Grand-Est**. Il s'agit de produire une action servant les objectifs des 5 régions du Grand-Est. En 2011, et en partenariat avec Atout France, une étude a été conduite, qui vise à déterminer les leviers d'optimisation touristique du repas gastronomique à la française....

➤ *La diffusion et la communication des données de l'ORTA*

⇒ Le **site internet de l'ORTA**, [www.clicalsace.com](http://www.clicalsace.com) est le principal media qui diffuse au jour le jour les chiffres et synthèses produites par l'ORTA. Son bon fonctionnement ainsi que le fonctionnement d'applicatifs spécifiques génèrent des coûts de maintenance ; d'autres coûts récurrents concernent son hébergement.

⇒ Les **chiffres clé Pocket** : pratiques, concis et complets, les chiffres clés du tourisme alsacien sont présentés dans une version travaillée graphiquement (petit format, papier glacé...) et fournissent les données essentielles sur l'offre et la fréquentation des hébergements (hôtels, campings...), des sites et musées, les principales clientèles...

## **II- Missions d'observation plus spécifiques : exemples non exhaustifs (cf. article 2.2 de la convention cadre)**

➤ *Impact des manifestations du Noël en Alsace*

Cette enquête permet de mieux connaître les clientèles qui viennent sur les manifestations de l'Avent en Alsace : excursionnistes, touristes, origine, hébergement, dépenses... L'enquête 2008 comportait 4 volets : interrogation des visiteurs des marchés de Noël, des utilisateurs du TGV, des spectateurs des *Noëlies* et des Alsaciens.

➤ **Enquête de fréquentation dans les hébergements locatifs et collectifs**

Interrogation des responsables des hébergements locatifs (meublés et chambres chez l'habitant) et des hébergements collectifs (auberges de jeunesse, maisons familiales et de vacances, centres d'accueil et de vacances, gîtes d'étapes et de séjours, villages de vacances et les refuges) sur leur fréquentation, les taux d'occupation, le chiffre d'affaires et l'origine des clients. Cette enquête se déploie sur une année complète : possibilité de répondre chaque mois ou par trimestre.

➤ **Enquête marketing des clientèles (EMC)** afin d'obtenir des informations sur les clientèles touristiques et excursionnistes en Alsace, pendant l'été 2011. Cette enquête est animée avec le précieux concours des offices de tourisme alsacien. L'EMC permet de connaître qui sont les clients du tourisme alsacien, les activités qu'ils pratiquent, l'appréciation de leur séjour, les dépenses qu'ils réalisent.

➤ **Etude poids économique** : le tourisme sera d'autant plus soutenu et développé que son poids dans l'économie sera mesuré, connu et reconnu. L'ORTA a mis en place en 2011 une méthode pour évaluer ce poids du tourisme. Les modèles sont définis pour l'Alsace et 9 territoires : les départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, le Pays de l'Alsace Centrale, les métropoles de Strasbourg et de Mulhouse, les communautés de communes de Ribeauvillé et de La Petite Pierre, la station thermale de Niederbronn-les-Bains, la station de ski du Lac Blanc.

➤ **Impact économique du rallye de France-Alsace WRC 2011** : il s'agit ici d'estimer la fréquentation du rallye et de l'impact économique liée à l'organisation et à la fréquentation du rallye.

### ➤ **Post test communication**

Evaluation de la campagne de communication réalisée par le CRT à destination du grand public (affichage 4\*3 dans le métro, dans la rue, sur les faces abribus, les taxis...). Elle permet de mesurer l'impact de la campagne, son agrément et sa valeur incitative à la fréquentation. L'évaluation a été réalisée en 2004, puis reconduite en 2006 et 2008.

### ➤ **Etude de notoriété et d'image**

Cette étude permet d'identifier et de préciser la perception de la destination/marque Alsace, d'évaluer la notoriété de la destination et face à d'autres destinations, de définir les points forts et les points faibles de la région et de fournir les premiers éléments de construction des leviers à mettre en avant.

Elle a été réalisée en 2006 sur les marchés français et allemands, en 2007 sur les marchés britanniques et italiens et, en 2010, en France auprès des habitants de Dijon, Lyon, Marseille, Montpellier et Paris, avant l'arrivée du TGV Rhin-Rhône.

### ➤ **Refonte du site [www.clicalsace.com](http://www.clicalsace.com)**

Le site a été largement amélioré avec une organisation claire et pertinente. Sa page d'accueil [www.clicalsace.com](http://www.clicalsace.com) met à disposition des internautes un onglet de recherche permettant de trouver rapidement les articles et études de l'Observatoire par mot(s)-clé(s). Elle présente également des vignettes, qui permettent d'accéder directement aux fiches « marchés » de l'Observatoire, aux chiffres clés du tourisme et à l'offre en hébergements. Elle permet aussi de consulter à tout instant les 5 derniers articles qui ont été mis en ligne sur le site de l'Observatoire du tourisme ; un « fil info » Twitter permet, par ailleurs, de suivre les publications de l'ORTA sur le réseau social Twitter.

## **III-. Missions de veille stratégique et marketing (cf. article 2.3 de la convention cadre)**

### ➤ *La veille stratégique*

La veille marketing et la veille concurrentielle ont été mises en place pour permettre à l'ORTA de disposer des grandes tendances d'évolution des marchés du tourisme, des expériences menées par d'autres régions ou d'autres pays. Elle permet également de conduire des approches prospectives aux fins d'anticiper les mutations de comportement des différentes clientèles. Elle permet la rédaction des 19 fiches « marchés », la publication d'enquêtes ou d'études sur le site [www.clicalsace.com](http://www.clicalsace.com), la rédaction ponctuelle de dossiers avec des thématiques diverses (tendances du *blogging*, tendances des voyages de presse, le poids de prescription des différents marchés...).

⇒ Le **logiciel de veille « KB Crawl »** a été choisi pour permettre une automatisation de la recherche d'information, aussi bien en termes de données touristiques, qu'économiques et surtout en termes de tendances. Il permet un suivi permanent de mots clés sur des sources identifiées préalablement. Le coût correspond à l'utilisation annuelle de la solution accessible par Internet (mode SaaS).

⇒ Une **fiche cible et/ou une fiche filière** sont rédigées annuellement. Elle est utile aux différents services du CRT pour travailler sur la stratégie. Le logiciel « KB Crawl » est également utile pour la rédaction de ces fiches. Quelques exemples de fiches déjà effectuées : « L'étude tourisme jeunes et groupes scolaires », une étude sur « la clientèle des seniors », une autre sur « les familles » et une autre encore sur « les fêtes et les festivals ».

⇒ Acquisition d'ouvrage, d'analyses pour le centre de ressources, abonnements.

#### IV-. Synthèse chiffrée

<b>Missions d'observation générale</b>		<b>60 000 €</b>
	Les enquêtes de fréquentation	31 000 €
	Les suivi des profils et caractéristiques des clientèles	18 000 €
	La diffusion et la communication des données de l'ORTA	11 000 €
<b>Missions de veille stratégique et marketing</b>		<b>13 000 €</b>
<b>Missions d'observation spécifique (exemples 2011)</b>		<b>158 500 €</b>
	Etude méthodologique estimation du poids économique	51 000 €
	Enquête marketing des clientèles	60 500 €
	Impact économique du WRC	47 000 €
<b>Fonctionnement (2011)</b>		<b>203 000 €</b>