

AVENANT N°1
A LA CONVENTION DU 31 JANVIER 2017
RELATIVE AU VERSEMENT D'UNE SUBVENTION DE FONCTIONNEMENT
AU TITRE DE L'ANNEE 2017
EN FAVEUR D'ALSACE DESTINATION TOURISME

Vu la délibération du Conseil départemental n° CD-2017-2-2-1 du 17 mars 2017 relative à la politique de l'attractivité des territoires, du développement touristique, de l'urbanisme et de l'aménagement,

VU la délibération de la Commission Permanente n°CP du 12 mai 2017 attribuant une subvention de fonctionnement complémentaire au titre de 2017 à Alsace Destination Tourisme,

VU la convention pour le versement de la subvention de fonctionnement au titre de l'année 2017 en faveur d'Alsace Destination Tourisme en date du 31 janvier 2017,

Entre

Le Département du Haut-Rhin (dossier suivi par le Service Attractivité des Territoires), représenté par le Président du Conseil départemental, dûment habilité pour ce faire par délibération de la Commission Permanente en date du 12 mai 2017, sis 100 Avenue d'Alsace – B.P 20351 – 68006 COLMAR CEDEX,

ci-après désigné sous le terme « le Département »,

d'une part,

Et

Alsace Destination Tourisme, représentée par Monsieur Max DELMOND, son Président, habilité pour ce faire par une décision du Conseil d'Administration en date du 25 avril 2016, sise 1 rue Schlumberger, B.P. 20351 – 68006 COLMAR Cedex,

ci-après désignée sous le terme « l'ADT »,

d'autre part,

PREAMBULE

Par délibération de la Commission Permanente du 20 janvier 2017, le Département a alloué à l'ADT une subvention de 834 993 € pour lui permettre de réaliser son objet statutaire, dans les conditions fixées dans la convention en date du 31 janvier 2017, conclue à cet effet.

Une subvention complémentaire de 1 148 115 € a été attribuée à l'ADT par la Commission Permanente du 12 mai 2017, au vu du budget présenté par l'ADT et de la note de présentation de la programmation budgétaire de l'ADT pour 2017.

L'article 8 de la convention initiale prévoit que cette dernière peut faire l'objet de modifications formalisées par avenant.

Le présent avenant n°1 a donc pour objet de modifier la convention du 31 janvier 2017 aux fins :

- de préciser les modalités d'octroi et de versement de la subvention départementale complémentaire de fonctionnement précitée de 1 148 115 € pour l'année 2017 attribuée à l'ADT,
- de modifier l'annexe à la convention initiale en lui substituant le budget prévisionnel 2017 de l'ADT modifié et ajusté,
- et d'intégrer, dans une nouvelle annexe 2 à la convention initiale, la note de présentation de la programmation budgétaire de l'ADT pour 2017.

Article 1^{er} : Modifications apportées à la convention du 31 janvier 2017

Les dispositions des articles suivants de la convention du 31 janvier 2017, sont modifiées et complétées comme suit.

L'avant-dernier paragraphe de l'article 1^{er} intitulé « Objet de la convention » est complété par les termes suivants :

« dans les conditions mentionnées dans la note de présentation de la programmation budgétaire de l'ADT pour 2017 joint en annexe 2 ».

L'article 2 « Montant de la subvention départementale » est modifié comme suit :

- il est créé un article 2.1 intitulé « Montant de la subvention de démarrage » comprenant les deux premiers paragraphes actuels de l'article 3. Au dernier paragraphe de ce nouvel article 2.1, les termes « figurant à la fin de la présente convention » sont remplacés par « figurant en annexe 1 » ;
- il est créé un article 2.2 intitulé « Montant de la subvention complémentaire » rédigé comme suit :

« Pour l'année 2017, au vu du budget prévisionnel joint en annexe 1, le Département alloue également une subvention complémentaire de 1 148 115 € à l'ADT, conformément à la délibération de la Commission Permanente du 12 mai 2017, portant ainsi à 1 983 108 € le total des subventions annuelles départementales allouées à l'ADT pour son fonctionnement au titre de 2017. »

- il est créé un article 2.3 intitulé « Ajustement du montant des subventions départementales » ainsi rédigé, en remplacement des 3^{ème} à 6^{ème} paragraphes de l'actuel article 2 :

« Si le montant des dépenses réelles attestées par l'ADT pour la mise en œuvre de son activité statutaire est inférieur au montant des dépenses figurant dans le budget prévisionnel précité, **les subventions versées** par le Département **pourront** être automatiquement **réduites** à due concurrence, par décision du Président du Conseil départemental, sans qu'il soit nécessaire de conclure un avenant à la présente convention.

Dans cette hypothèse, **les montants définitifs des subventions, tels qu'arrêtés** dans les conditions précitées par les services du Département, **seront notifiés** à l'ADT par courrier du Président du Conseil départemental.

L'ADT devra alors se conformer, le cas échéant, à la demande de remboursement du trop-perçu **des subventions** qui lui **parviendront**, via l'émission **de titres** de recettes.

En revanche, si le montant des dépenses réelles attestées par l'ADT pour la mise en œuvre de son activité statutaire est supérieur au montant des dépenses figurant dans le budget prévisionnel précité, aucune augmentation **des montants des subventions départementales** ne pourra être sollicitée, **les montants de ces dernières étant maximaux.** »

L'article 3 « Modalités de versement et de contrôle de la subvention », est complété après son premier paragraphe, par les trois paragraphes suivants :

« La subvention complémentaire de 1 148 115 € sera mandatée sous forme de versements mensuels à compter du mois de juin 2017.

La première mensualité sera de 156 561 €, afin de se conformer à la règle adoptée par l'Assemblée départementale le 2 décembre 2016, qui plafonne à 50 % maximum du montant total alloué, le montant maximum des versements des deux subventions cumulées versés au cours du premier semestre.

Les six mensualités suivantes auront un montant constant de 165 259 €. »

A l'avant-dernier paragraphe de l'article 3, les termes « le versement sera effectué » sont remplacés par « les versements seront effectués ».

Article 2 : Annexes

L'annexe relative au budget primitif de l'ADT figurant à la fin de la convention initiale est supprimée et remplacée par une annexe 1, ci-jointe, faisant apparaître le budget prévisionnel 2017 de l'ADT dans sa version consolidée et finalisée.

Les annexes 1 et 2 à la convention du 31 janvier 2017 prévues par le présent avenant font partie intégrante de cette dernière.

Article 3 : Dispositions inchangées

Les autres clauses de la convention, non modifiées ou complétées par le présentavenant, restent inchangées et s'appliquent dans leur totalité à la subventioncomplémentaire prévue par le présent avenant.

Fait en deux exemplaires

A....., le.....

Le Président de l'ADT

Le Président
du Conseil départemental du Haut-Rhin



BUDGET PREVISIONNEL 2017

DEPENSES

2017

10000 - Fonctions support	
Fonctionnement général	780 564
Achats	102 000
Services extérieurs	343 700
Autres services extérieurs	234 100
Autres charges	24 264
Charges financières	0
Charges exceptionnelles	0
Dotations aux amortissements/provisions	66 600
Taxe habitation et IS	9 900
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) : 9,77 ETP	765 063
Salaires	757 063
Indemnités stagiaires	8 000
	1 545 627

20000 - Promotion et marketing	
Salons	198 000
Opérations micro marchés et co-branding	30 000
Promotion des châteaux (dont via Habsbourg)	20 000
Projets Tourisme de mémoire	22 000
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) : 5,5 ETP	377 703
	647 703

30000 - Communication et Relations presse	
Supports institutionnels	20 000
Partenariats	5 000
Opérations évènementielles	65 000
Accueil de presse	22 000
Publicité et insertions	21 500
Matériel promo et comm	10 000
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) 4,17 ETP	295 597
	439 097

40000 - Animation numérique - réseaux sociaux et veille	
Site internet pro	1 000
Sites internet	65 840
Massif des Vosges	160 000
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) : 4,25 ETP	275 364
	502 204

50000 - Editions/Thématiques	
Développement Editions	90 000
Thématiques prioritaires	65 000
Visuels: reportages photos	10 000
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) : 4,9 ETP	329 530
	494 530

60000 - Démarches de qualification	
Fleurissement	50 000
Meublés de tourisme	9 400
Qualité tourisme	2 000
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) : 5,8 ETP	429 115
	490 515

70000 - Accompagnement des acteurs	
Ateliers de développement et animations réseaux	26 000
Etudes et analyses	10 000
Taxe de séjour	43 000
SlowUP	45 000
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) : 4,9 ETP	329 466
	453 466

80000 - Démarches territoriales	
Projets transfrontaliers et transnationaux	15 000
Massif des Vosges	48 000
Charges de personnel (dont taxe sur les salaires) : 5,1 ETP	350 353
	413 353

TOTAL DEPENSES	4 986 495
-----------------------	------------------

RECETTES

2017

SUBVENTIONS	
Subvention fonctionnement CD 68 (2016 -5%)	1 983 108
- Dont Taxe de séjour CD 68	33 000
Subvention complémentaire CD 68 - Contrat de Destination MV	24 540
Subvention complémentaire CD 68 - Châteaux	15 000
Total CD 68	2 022 648
Subvention fonctionnement CD 67 (2016 - 5%)	2 305 888
- Dont Taxe de séjour CD 67	10 000
Subvention complémentaire CD 67 - Contrat de Destination MV	15 000
Total CD 67	2 320 888
Total CD 68 + 67	4 343 535
Massif des Vosges - Contrat de Destination	316 000
Châteaux	70 000
AuditWeb	10 000
Refacturation Logis	10 000
Procédure de classement des meublés	25 000
Cotisations Clévacances	25 000
Cotisations statutaires	4 500
Cotisation Club promo	40 000
Produits financiers	2 000
Production vendue et partenariat	25 000
Sponsoring SlowUp	40 000
Autres subventions SlowUP	40 000
Autres produits	35 460
Reprises FD	
TOTAL RECETTES	4 986 495
TOTAL DEPENSES	4 986 495
Ecart	0

<i>pm : pour 2017, le loyer et charges locatives des locaux de Colmar ne sont pas facturés par le CD68</i>	124 000
--	---------

 <p>ADT ALSACE DESTINATION TOURISME</p>	<p>Alsace Destination Tourisme <i>BUDGET 2017</i></p>	<p>Note de présentation</p>
<p>Date : 17/01/2017</p>		

Le projet de budget d'Alsace Destination Tourisme pour l'exercice 2017 est élaboré moins d'un an après le dépôt des statuts de l'association au Tribunal d'Instance de Colmar (23 décembre 2015) et quelques mois seulement après la fusion des Agences de Développement Touristique du Haut-Rhin et du Bas-Rhin (effective au 1^{er} juillet 2016).

1. Le contexte institutionnel

La constitution de la programmation budgétaire, présentée ci-après, tient compte à la fois :

- **des compétences dévolues aux Conseils Départementaux** en matière d'accompagnement et de développement de l'économie touristique des territoires (Loi NOTRe) ;
- **des évolutions et transferts de responsabilité des collectivités locales** en matière de création, de soutien aux organismes locaux du tourisme (les Offices de Tourisme) et de promotion Touristique (Loi MAPTAM) ;
- **des orientations et répartitions des missions touristiques** prévues au titre du **Code du Tourisme** (version renouvelée au 1^{er} octobre 2015) ;
- **de la création de la Région Grand Est**, de la réorganisation des outils institutionnels régionaux existants préalablement et des perspectives de définition de nouveaux schémas régionaux (SRDEII, SRADETT, Schéma Régional du Tourisme) ;
- **du rapprochement et ajustements des politiques des deux Départements du Rhin**, notamment en matière de tourisme, et des contraintes budgétaires qui s'imposent à eux ;
- **de la lettre de mission** signée par les Présidents Frédéric BIERRY et Eric STRAUMANN, Vincent DEBES et Max DELMOND (4 novembre 2015) **concernant les modalités de préfiguration d'Alsace Destination Tourisme et de mise en œuvre de son organisation.**

2. Le respect de l'esprit et de la lettre

La lettre de cadrage imposait notamment :

- **la rationalisation des outils des collectivités pour en optimiser l'efficacité et rechercher une économie de moyens** en tenant compte de la législation en vigueur dans le domaine du tourisme ;
- **une limitation maximale des effectifs** à la somme des Equivalents Temps Plein (ETP) d'avant la fusion ;
- **le maintien des équipes et des sites d'implantation** des Agences de Développement Touristique préexistantes (avec le siège social de l'association à Colmar) ;
- **une diminution de 5% du montant des dotations départementales** pour l'exercice budgétaire 2017 ;
- **la poursuite par l'ADT de l'accompagnement des acteurs touristiques des territoires en proximité**, au bénéfice du développement et de la qualification de l'offre touristique, de la mutation des métiers pour mieux répondre aux attentes des entreprises et aux modes de consommation des clients, de l'adaptation des savoir-faire du tourisme.

Enfin, **le projet de budget 2017 d'Alsace Destination Tourisme s'articule autour des segments de clientèles prioritaires** identifiées grâce à l'analyse des marchés par l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace (ORTA géré par l'Agence d'Attractivité de l'Alsace/AAA), des filières thématiques correspondantes à l'offre réelle et au respect de l'ADN de l'Alsace.

Il intègre cependant, **au-delà du périmètre de la Destination, les autres dimensions et prolongements de l'économie touristique**, tant au niveau de l'espace transfrontalier du Rhin Supérieur, du Contrat de Destination du Massif des Vosges et des partenariats à construire ponctuellement avec les autres territoires du Grand Est, **sans jamais prendre le risque d'y diluer la notoriété touristique de l'Alsace.**

3. Le nouveau Schéma Interdépartemental d'Aménagement Touristique (SIAT)

Le chantier de création d'un nouveau schéma interdépartemental du tourisme pour l'Alsace et la préparation d'un futur schéma régional du tourisme pourront justifier d'éventuels ajustements en cours d'exercice et de nouvelles orientations pour les années à venir.

Les enjeux, axes stratégiques et objectifs prioritaires du Schéma Interdépartemental d'Aménagement Touristique (SIAT), mis en chantier à l'automne 2016 et qui sera soumis à l'examen des Conseils départementaux à la fin du printemps prochain pour la période 2017-2021 impacteront les budgets 2018 et suivants.

L'élaboration de ce schéma doit nécessairement s'appuyer à la fois sur :

- la nature et la diversité des richesses à découvrir en Alsace,
- les attentes des clients (la Promesse) et les comportements des visiteurs (la Consommation),
- les prestations des entreprises du secteur,
- la variété de l'offre en services touristiques des collectivités locales,
- la mobilisation des associations qui animent les territoires.

Il est donc impératif de prendre le soin de consulter et d'échanger avec l'ensemble des acteurs locaux du tourisme aux différentes étapes de construction du SIAT :

- Etat des lieux (forces/faiblesses) ;
- Engagement à mieux faire (opportunités/freins) ;
- Choix de priorités par thématiques et par marchés ;
- Actions à décliner en fonction des acteurs à mobiliser et des moyens à mettre en œuvre ;
- Programmation, calendrier et système d'évaluation.

Le schéma interdépartemental devra trouver articulation et cohérence avec le Schéma de Développement Touristique de la Région Grand Est élaboré sur et pour la même période (2017-2021). Il aura également avantage à rechercher des synergies avec les Schémas Régionaux de Développement Economiques, d'Innovation et d'Internationalisation (SRDEII) et d'Aménagement, de Développement Durable et d'Egalité du Territoire (SRADET).

4. Un impératif besoin de clarification

Avec les modifications des périmètres administratifs et les fusions d'organismes, les interlocuteurs des organismes locaux de tourisme ont été chahutés au cours des dernières années. Les relations habituelles et les partenariats relevant du tourisme ont été revisités au fil de l'eau et des opportunités.

Les équipes d'Alsace Destination Tourisme et de l'Agence d'Attractivité de l'Alsace et plus encore leurs partenaires au premier rang desquels les prestataires professionnels privés, mais également les Offices de Tourisme et les nombreuses structures bénévoles, méritaient d'être éclairés et informés du rôle précis et des missions des structures en charge de la notoriété et de la promotion de la Destination Alsace.

Les propositions de répartition des missions présentées en 6 registres opérationnels ont été formulées, après l'échange du 18 juillet 2016 entre Mme Marie-Reine FISCHER, Première Vice-Présidente de l'AAA et M. Max DELMOND, Président de l'ADT. Ces propositions ne sont pas figées et peuvent être précisées. Idéalement, une convention de partenariat cosignée pourrait à la fois sceller leurs contours et offrir une occasion de communication positive. A ce jour, la répartition des missions, même non définitivement entérinée, peut être présentée comme suit.

4.1. Promotion et développement de la notoriété de la Destination en France et à l'étranger

ADT et l'AAA proposent la co-rédaction d'une stratégie marketing partagée en faveur de l'attractivité touristique de la destination Alsace. Les plans d'actions en découlant ont pour cibles premières : les acteurs locaux et ambassadeurs-prescripteurs de la Destination, le grand public, les organisateurs de voyages, la presse et les médias en général.

ADT interviendra prioritairement sur les marchés français et européens de proximité, dans une zone de chalandise à 3h (tous types de transports confondus) pour promouvoir l'Alsace. Toute intervention sur un marché hors Europe fera l'objet d'une discussion préalable avec l'AAA.

Cette répartition laisse tout loisir à l'AAA d'entreprendre des opérations de communication et d'image sur les mêmes marchés (village événementiel à Düsseldorf par exemple), sous réserve d'en définir collectivement les contours et en proposant le cas échéant une collaboration active.

4.2. Communication autour des valeurs de l'Alsace, de l'image de la destination et de l'offre

Portée par l'AAA, la communication autour des valeurs de l'Alsace et de l'image de la destination se fait par le biais de tous types de supports (on et offline).

ADT participe, en tant que copropriétaire (propriété indivise AAA – ADT), au pilotage du site www.tourisme-alsace.com, administré par l'AAA, affichant l'offre touristique vers le grand public.

ADT administre le site www.tourisme-alsace.pro à destination des organisateurs de voyages et définit son contenu et ses évolutions en collaboration avec l'équipe promotion de l'AAA.

4.3. Observation économique des territoires

L'AAA assure, au travers de l'Observatoire Régional du Tourisme Alsace (ORTA), l'observation économique des territoires et de la fréquentation touristique à l'échelle de la destination Alsace.

ADT s'appuie sur l'expertise de l'ORTA dans le cadre des études et analyses qu'elle peut être amenée à réaliser par territoire ou par filière. L'agence peut le cas échéant, dans le cadre de commandes spécifiques, participer au financement de missions ponctuelles portées par l'ORTA (par exemple Flux Vision Tourisme ou fréquentation et impacts économiques des euro-vélos).

4.4. Assistance et accompagnement des acteurs touristiques locaux

En relation étroite avec les services des Conseils départementaux et dans le cadre de la territorialisation de son action, ADT accompagne et conseille les acteurs touristiques locaux à la demande de ces derniers et pour tout type de projet. Les expertises locales peuvent prendre une dimension territoriale eu égard soit de l'intérêt que présente un territoire par la densité de son offre ou au travers de son identité. Les territoires peuvent également solliciter ADT pour ses compétences et son apport en aide à la décision.

L'AAA, au travers de son Pôle « Qualité de l'accueil » (ex RésOT Alsace), fédère les organismes locaux de tourisme, les accompagne pour la démarche Qualité Tourisme et la formation de leurs personnels.

Dans le cadre de projets précis, type déploiement des offres de découverte ludique des territoires (géocaching, chasses aux trésors, etc.), Animation Numérique des Territoires/ANT ou Gestion Relation Client/GRC, l'AAA et l'ADT animent et administrent en partenariat les chantiers opérationnels.

4.5. Recherche d'investisseurs et aide à l'installation

ADT assure ponctuellement une mission d'analyse et de qualification des sites à investir (friches et sites libres d'exploitation) dans la perspective de leur développement ou reconversion touristique. Le rapport d'analyse est communiqué aux collectivités concernées, ainsi qu'à l'AAA dans la perspective d'une recherche active d'investisseurs.

En cas d'identification par l'AAA d'investisseurs sur un site ayant donné lieu à une analyse d'ADT, cette dernière est associée à la rencontre et à l'accueil des acteurs intéressés.

Dans le cadre de son action territoriale, ADT accompagne et conseille les investisseurs et porteurs de projets locaux.

4.6 Organiser les filières thématiques prioritaires, structurer et qualifier l'offre en conséquence

AAA et ADT organisent le développement de filières touristiques en fonction d'orientations stratégiques partagées définies à l'échelle de la destination Alsace.

L'AAA pilote notamment la filière Noël et Tourisme d'affaires (en relation étroite avec les pôles urbains), l'ADT assurant notamment le pilotage des filières Tourisme à vélo, Châteaux, Tourisme de mémoire, Oenotourisme.

ADT réalise des études et analyses par territoire ou par filière. Elle peut commander des études pour le compte de groupements d'acteurs dans le cadre de conventionnements spécifiques et dans le respect des règles de mise en concurrence. L'agence vise à favoriser la montée en qualité des infrastructures, équipements et services d'accueil touristiques.

5. Organisation du budget 2017

Comme évoqué en amont, le budget 2017 a été construit afin de respecter scrupuleusement la lettre de mission signée par les Présidents des deux départements.

Les dotations départementales 2017 sont en diminution de 5% par rapport aux dotations de 2016 qui elles-mêmes étaient en diminution de 5% par rapport à celle de 2015. Afin d'équilibrer le budget 2017 sans pour autant diminuer le champ d'intervention d'ADT, il est inévitable de réaliser des économies dont les principales sont les suivantes :

- Pas de remplacement systématique des sorties de personnel (3 départs en 2016, 3 départs en 2017 et 1 seule entrée en 2016). Les missions de chaque salarié sont redéfinies et rationalisées.
- Rationalisation des charges externes et optimisation des ressources (renégociation des contrats, optimisation du stockage, optimisation des envois, etc.).
- Redéfinition de la stratégie d'édition avec à la clé une diminution des documents imprimés.

L'organisation du budget 2017 d'Alsace Destination Tourisme préserve au mieux les partenariats noués de longue date avec des structures, sites et filières locales (chaîne des Logis ; association des fermes auberges ; Via Habsbourg ; Comité du Monument National du Hartmannswillerkopf ; etc.). Ces partenariats, dont les contours seront précisés tout au long de l'année 2017, devront être soumis à l'analyse et à l'approbation des instances délibérantes d'Alsace Destination Tourisme.

Dans un souci de lisibilité des missions et des dépenses liées à leur mise en œuvre, d'une part, de facilité de suivi administratif et financier, le budget 2017 est proposé selon les principes d'une compatibilité analytique et s'appuie sur l'organigramme opérationnel d'Alsace Destination Tourisme.

Au vu de la répartition des missions précisée au point précédent, l'exercice budgétaire s'articule autour des tâches suivantes :

- Fonctions support ;
- Promotion et marketing ;
- Communication et relations presse ;
- Animation numérique et veille ;
- Editions de contenus et filières thématiques ;
- Démarches de qualification ;
- Accompagnement des acteurs ;
- Démarches territoriales.

Pour l'ensemble de ces catégories de missions et pour offrir une lecture aux décideurs, les charges de personnel (dont la taxe sur les salaires) et frais de déplacements sont calculés et répartis dans chaque service. Par ailleurs, un suivi budgétaire pourra également être présenté en fonction de projets transversaux (slowUp, contrat de destination Massif des Vosges, Hartmannswillerkopf/HWK, etc.).

Le montant total des dépenses cumulées s'élève à 4.986.495 €.

6. Les recettes

S'agissant des recettes, le montant des contributions financières des Conseils Départementaux tient compte des modalités prévues fin 2015. Quelques ajustements sont néanmoins apportés par les collectivités départementales pour des opérations de développement confiées à la maîtrise d'ouvrage d'Alsace Destination Tourisme, participations qui peuvent être intégrés ou non dans la subvention départementale de fonctionnement. D'autres ressources financières sont générées par des cotisations, des partenariats marchands et par la vente de prestations de services.

Une partie significative des recettes provient également de programmes et projets construits, animés et/ou mis en œuvre par Alsace Destination Tourisme. Ainsi, avec les opérations prévues au titre du Contrat de Destination Massif des Vosges ou avec la filière châteaux forts, par exemple, des recettes complémentaires sont collectées auprès d'autres financeurs potentiels : Etat, Région Grand Est, Union Européenne, Conseils Départementaux, Départements voisins, Collectivités Locales, etc.

Toujours au titre des recettes, avec la diversification nécessaire des activités d'Alsace Destination Tourisme (prévue dans les statuts de l'association) et le développement des partenariats et nouveaux modes de financement (mécénat, « sponsoring », financeurs participatifs possibles selon les statuts), il importe de veiller à ce que la fiscalité de la structure ne soit pas impactée par les seuils fixés par l'administration fiscale.

Ainsi, les fonds recueillis au titre du « sponsoring » et échanges marchands dans le cadre de l'événement slowUp Alsace ou de la Fête de la Gastronomie ne peuvent pas dépasser une somme de 60.000 € pour ne pas risquer une fiscalisation des activités de l'association et le prélèvement de l'impôt sur les sociétés (IS).

Pour ces différentes raisons et évolutions potentielles à maîtriser, le budget de la nouvelle structure Alsace Destination Tourisme est à considérer comme un exercice d'ajustements. Ses administrateurs et les financeurs principaux que sont les Conseil Départementaux du Haut-Rhin et du Bas-Rhin sont régulièrement tenus informés. Les assemblées plénières des Conseils Départementaux auront respectivement à prendre connaissance des résultats financiers d'Alsace Destination Tourisme.

Le détail des recettes pour un montant total de 4.986.495 € figure dans les tableaux ci-annexés.

7. Les dépenses

Les 2 Agences de Développement Touristique du Haut-Rhin et du Bas-Rhin réalisaient leurs missions dédiées avec un cumul de 46,7 ETP en 2015. Alsace Destination Tourisme disposera de 43,6 ETP début 2017.

Dans le projet 2017, la part des charges de personnel représente 63 % du budget global d'ADT.

Les tableaux joints en annexe proposent une synthèse des dépenses par type de fonction.

7.1. Fonctions support (1.545.627 €)

Les fonctions support d'Alsace Destination Tourisme couvrent l'ensemble des moyens relatifs au fonctionnement général et charges de personnel du service (dont la taxe sur les salaires).

Gestion des ressources humaines (contrats et paye, fiches de poste, formations professionnelles, gestion des absences, stagiaires, déclarations sociales, etc.) et finances (comptabilité générale, comptabilité analytique, suivi budgétaire, suivi des dossiers et conventions de financement, statistiques, gestion des contrats, etc.) sont autant de missions indispensables au bon fonctionnement de la structure. Pendant la période de fusion, de rapprochement des comptabilités, d'ajustement et de négociation des avantages sociaux, de mise en place de nouvelles procédures de gestion, l'activité est particulièrement intense.

Par ailleurs, le départ effectif et programmé d'un certain nombre de collaborateurs en 2016 et 2017 implique des tâches administratives et des redéploiements de missions pour maîtriser l'effectif comme souhaité par les Présidents des Conseils Départementaux.

Si les missions de secrétariat s'avèrent limitées en termes de personnel dédié, le suivi des différents dossiers et structures assurés par ADT génèrent des activités de gestion administrative plus ou moins complexes.

L'accueil sous toute ses formes - physique, téléphone, courrier et courriel sur les sites de Colmar et Strasbourg - participe de l'image de la structure, de l'orientation des sollicitations, de la préparation et de l'envoi de documentation à travers le monde, de l'organisation des locaux/salles de réunion, du stockage et de l'acheminement des éditions sur les lieux de promotion et à destination des diffuseurs au premier rang desquels les Offices de Tourisme (achats de sous-traitance).

Les loyers et l'entretien des locaux, du parc de véhicules et informatique, l'entreposage et la diffusion des divers matériels de promotion, incombe également aux fonctions support d'Alsace Destination Tourisme.

Assistance informatique, honoraires, frais postaux, etc. figurent également sous ce chapitre budgétaire de même que les dotations aux amortissements/provisions (provisions pour départs à la retraite, etc.).

A noter que, pour 2017, la mise à disposition par le Conseil Départemental du Haut-Rhin des locaux du siège de Colmar pour un montant estimé à 124.000 €/an (charges comprises) est citée pour mémoire.

7.2. Promotion et marketing (647.703 €)

Les missions d'ADT en matière de salons, foires expositions Grand Public et professionnels, missions de prospection ciblée concernent chaque année plus de 30 opérations dont la liste prévisionnelle est jointe en annexe. Ces actions sont pour partie ouvertes à partenariat avec les Offices de Tourisme et partenaires locaux (publics et privés, sites de visite et prestataires, etc.).

La liste des manifestations pour 2017 a été élaboré en relation étroite avec l'Agence d'Attractivité de l'Alsace et discuté avec les interlocuteurs des territoires à l'occasion de tables rondes organisées à Sélestat en octobre 2016.

Des opérations micromarchés et co-branding, d'accompagnement de démarches collectives (activités pleine nature et sportives, horticulture et paysages, etc.) et de promotion des thématiques (châteaux, tourisme de mémoire, contrat de destination Grande Guerre, etc.) complètent le panel des actions de promotion vers le Grand Public.

En Alsace, l'animation du réseau des partenaires (Club promotion Alsace, « stammtisch » des agences de voyages réceptives, etc.) contribue également à la promotion de l'offre touristique locale par la mise en réseau des acteurs et la mise en visibilité des nouvelles prestations (sites de visite, nouvel itinéraire, activités thématiques, etc.).

Enfin, à travers la toile internet et grâce aux contacts enregistrés, le projet de Gestion relation client/GRC élaboré avec le RésOT (Pôle Qualité de l'accueil de l'Agence d'Attractivité de l'Alsace) et plus d'une dizaine d'Offices de Tourisme doit faciliter le maintien en éveil du visiteur fidèle comme d'attirer de nouveaux prospects. Ce projet permet de donner des perspectives nouvelles au réseau des animateurs Numériques des Territoires, coordonnés par ADT et RésOT, et d'accompagner l'évolution des métiers du tourisme.

En terme de marketing, Alsace Destination Tourisme retient la France, l'Allemagne et le Benelux comme marchés prioritaires et interviendra également en Italie, Scandinavie, Autriche-Europe Centrale, Bassin Méditerranéen, Israël et Grande-Bretagne.

Exemples de clientèles prioritaires

Grand public
Organisateurs de voyages
Organisateurs de congrès
Séniors (CSP +)
Touristes à vélo
Amateurs de patrimoine culturel
Courts séjours

Exemples de marchés prioritaires

France (proximité Grand Est + Rhin supérieur + franciliens)
Allemagne (29% des nuitées marchandes en 2015)
Belgique (16%)
Suisse (8%)
Pays-Bas (8%)
Royaume-Uni (5%)
Italie (5%)

N.B. L'Alsace a enregistré en 2015 19,8 millions de nuitées françaises + 6,9 millions de nuitées étrangères

Enfin, une redéfinition des offres de services proposés dans le cadre du Club Promotion Alsace et des tarifs pratiqués doit faire rapidement l'objet d'un examen minutieux par les instances délibérantes d'ADT pour permettre le lancement d'une campagne d'information vers les anciens adhérents et prospects potentiels et d'adhésion.

7.3. Communication et Relations Presse (439.097 €)

La communication on line/off line et les relations presse contribuent largement à la consolidation de la notoriété de la Destination. La création de supports de communication institutionnelle imprimés (rapport d'activités, dossiers thématiques, dossiers et communiqués de presse) ou virtuels (blog, sites et réseaux sociaux)

Pour répondre aux offres de partenariats et démultiplier les moyens disponibles (financiers et humains) des partenariats et des échanges marchands sont organisés et encouragés avec des organismes tant publics que privés. Ces partenariats intéressent également les médias et s'articulent souvent autour d'opérations événementielles (slowUp, châteaux, fête de la gastronomie, etc.).

Les accueils de presse, pilotés par ADT ou organisés en complémentarité avec d'autres structures (AAA pour l'Alsace, Comité Régional du Tourisme de Lorraine et autres Comités Départementaux du Tourisme pour le massif des Vosges, agences et attachés de presse, etc.), répondent soit aux objectifs de consolidation de la notoriété de l'Alsace, de valorisation d'une filière thématique, de présentation d'un territoire spécifique ou d'une offre nouvelle (lieux de visite, équipement, etc.).

Les moyens en matière de publicité et insertions (partenariat DNA Châteaux, etc.) sont de plus en plus limités et obligent à vérifier l'intérêt des supports de publication avant de sceller des partenariats médias.

Pour faciliter l'affichage de la Destination touristique et la présence d'ADT et de ses financeurs sur toutes les manifestations, du matériel de promotion et de communication est à produire (kakémonos, bâches, éléments de stands, etc.). Avec la création d'Alsace Destination Tourisme et la mise en œuvre de sa charte graphique propre, il conviendra de renouveler aussi vite que possible ces supports.

7.4. Animation numérique – Réseaux sociaux et veille (502.204 €)

La notoriété de la Destination touristique impose depuis plus d'une décennie désormais un affichage sur la toile internet. Nombre de publications imprimées ont été doublé avec une présentation électronique des informations touristiques, d'autres supports ont disparu au bénéfice de bases de données informatiques (alimentation et mise à jour du Lieu d'Echange et d'Informations/LEI notamment) et de création d'une nouvelle forme de contenus informatifs (pdf pour l'itinérance par exemple).

De nouvelles offres de découverte s'appuient exclusivement sur la technologie internet (chasses au trésor, géocaching, routes touristiques guidées, etc.) et certaines thématiques font l'objet de créations d'information exclusivement virtuelles.

L'administration des sites internet, placés sous la maîtrise d'ouvrage d'ADT et/ou en partenariat avec d'autres structures (site www.tourisme-alsace.com par exemple), se double aujourd'hui d'une animation web au travers des réseaux sociaux. Cette dernière implique à la fois une production de contenus au quotidien, une veille sur les tendances et sur les nouveautés, une présence terrain et une approche technologique. La présence sur les réseaux sociaux permet d'orienter l'internaute vers les sources d'information existantes, d'appuyer la communication événementielle, d'apporter une information instantanée (suivi de manifestation), au quotidien (bulletin neige par exemple) et au long court (messages renouvelés régulièrement).

La production d'images (vidéos et reportages photos) permet d'enrichir tout au long de l'année les supports imprimés et virtuels.

Avec la création d'Alsace Destination Tourisme, l'ensemble des tâches liées à l'animation numérique (sites internet, réseaux sociaux, applications, etc.) est regroupé au sein d'un service spécifique également chargé de l'accompagnement des évolutions des compétences de l'équipe dans ce domaine.

Alsace Destination Tourisme devra rechercher à améliorer la cohérence dans l'affichage numérique de la destination Alsace à l'aide de ses propres outils, de ceux mis en œuvre dans le cadre de partenariats au long court ou événementiels.

A noter pour 2017 et 2018, le lancement du chantier de refonte du site internet www.tourisme-alsace.com, en propriété indivise avec l'AAA, média privilégié d'information du Grand Public avec la disparition des sites internet des Agences de Développement Touristique départementales.

Ainsi, la stratégie numérique d'affichage de l'Alsace (priorité inscrite dès 2012 dans la stratégie touristique partagée Alsace) constituera également un élément stratégique du futur Schéma Interdépartemental d'Aménagement Touristique à construire avec l'AAA.

7.5. Editions - Thématiques (494.530 €)

La rédaction de contenus imprimés et dématérialisés constitue l'une des activités fondamentales des structures départementales de tourisme et Alsace Destination Tourisme n'échappe pas à la règle. Les éditions Grand Public et ou à destination des professionnels relèvent de ce chapitre budgétaire.

Dans ce domaine également la fusion et la création d'ADT, d'une part, l'évolution des modes de consommation touristique et l'organisation des structures invite à repenser les titres à produire, les volumes et les usages. L'exercice 2017 et les nouvelles orientations du Schéma Interdépartemental doivent conduire à proposer rapidement une refonte de la politique d'éditions d'ADT, tant pour ce qui concerne les imprimés que les supports numériques. Les besoins exprimés par les territoires avec notamment les Offices de Tourisme, consommateurs importants des éditions de l'ADT, seront évidemment pris en considération.

Les thématiques prioritaires actuelles seront encore travaillées en 2017, dans l'attente de nouvelles orientations, avec notamment :

- Tourisme à vélo, avec notamment le suivi de la démarche Alsace à vélo, le déploiement des boucles locales avec leur Relais Information Service (RIS), France Vélo Tourisme, etc. ;
- Châteaux forts et cités fortifiées, avec l'élaboration d'un nouveau programme d'échanges avec l'ensemble des associations locales et de valorisation du patrimoine castral alsacien, tout particulièrement vers les sites haut-rhinois ; communication à l'international pour le Haut-Koenigsbourg ; prototype pour expérience touristique innovante et immersive avec Insitu Lab ;
- Tourisme de mémoire, avec la poursuite de la collaboration avec le Contrat de Destination Grande Guerre, les prolongements des initiatives de promotion des sites (notamment concernant l'ouverture de l'Historial du Hartmannswillerkopf) et outils développés dans le cadre du Pôle d'Excellence Rural avec le Conseil Départemental des Vosges et les échanges sur cette thématique avec les autres Comités Départementaux du Tourisme du Grand Est ;
- Arts et Traditions Populaires/ATP et terroirs, avec une extension vers le territoire haut-rhinois des manifestations de médiation du folklore alsacien à destination des touristes et la poursuite de la formation des groupes folkloriques ; ADT accompagne également la dynamique engagée par le « monde de la bière » pour la valorisation du patrimoine brassicole.

Les associations de promotion de la « Route Verte » entre Donaueschingen et Contrexéville, de la Route « Sur les Traces des Habsbourg » et « Au fil du Rhin » constituent d'autres opportunités pour aborder des opérations de promotion thématique des territoires.

Le suivi technico-administratif du chantier de l'Historial du Hartmannswillerkopf (HWK), la rédaction de contenus informatifs, la promotion des événements liés à l'ouverture prévue au mois d'août 2017 et la mise en marché des visites sur le site du Vieil Armand sont également assurés par Alsace Destination Tourisme.

7.6. Démarches de qualification (490.515 €)

La qualification de l'offre touristique fait partie de l'ADN d'ADT au titre de son action en proximité dans les territoires et avec les professionnels de l'économie touristique. L'instruction de procédures administratives et de labélisation, leur promotion ainsi que celles de titres nationaux de reconnaissance (Maître-Restaurateurs, Etoiles, Restaurateurs-chefs de cuisine, etc.) comptent parmi les missions diligentées par ADT.

La poursuite des concours départementaux du fleurissement (concours départementaux « villes et villages fleuris ») en application du règlement national, avec en accompagnement la formation des personnels des espaces verts, la sensibilisation des élus locaux et membres des jurys. Le suivi de la demande formulées par les Conseils Départementaux pour ce qui concerne la capacité à décerner la 1^{ère} fleur et les évolutions du label au niveau national sont à suivre de près en 2017.

Par ailleurs, un nouveau dossier de candidature du Département du Haut-Rhin au Trophée national de Département fleuri sera élaboré, celui du Département du Bas-Rhin ayant été renouvelé en 2016 pour la quatrième fois.

Le classement des meublés de tourisme (procédure de classement, animation du réseau des propriétaires, promotion de l'hébergement chez l'habitant, etc.) par ADT sera étendu au territoire haut-rhinois tout en tenant compte des autres intervenants dans ce domaine. Le renouvellement de l'accréditation d'ADT (Cofrac) a été orchestré en 2016 avec la possibilité d'adapter le périmètre d'intervention à l'ensemble de l'Alsace.

L'administration et la promotion du label Tourisme et Handicap est prolongé en 2017 dans le cadre de la nouvelle structure ADT qui reste l'organisme délégué conjointement par l'Etat et l'association nationale ATH pour l'attribution du label. A noter à partir de cette année, la dématérialisation de la procédure d'instruction du label.

L'administration et la promotion du label Qualité Tourisme pour les sites de visite à l'échelle de la Destination Touristique et du Massif des Vosges sont également inscrits dans les missions d'ADT.

L'accompagnement de la chaîne des hôtels Logis, historiquement assuré par l'ADT du Bas-Rhin dans ce département, sera suivi à l'échelle de l'Alsace dans le cadre du nouveau projet de gouvernance de la chaîne et d'accompagnement des entreprises adhérentes. Les actions de promotion et de communication également menées à l'échelle de la Destination (site internet, salons, partenariat média) viendront à l'appui de la création, d'ici fin 2017, du nouveau Club des Logis d'Alsace qu'ADT serait invité à animer.

Le label Clévacances, administré dans le Bas-Rhin par l'ADT (organisme délégué), de même que l'animation des propriétaires du parc d'hébergements, conduit la nouvelle structure à proposer de porter l'envergure Alsace l'association haut-rhinoise Clévacances. Des projets de statuts ont été élaborés avec le Président haut-rhinois et transmis au niveau national. Cette fusion, qui fait écho au projet politique des Présidents des Conseils Départementaux, devrait intervenir courant 2017 et générer une convention de partenariat entre Alsace Destination Tourisme et Clévacances Alsace.

7.7. Accompagnement des acteurs (453.466 €)

La proximité avec les acteurs des territoires fait également partie intégrante de l'ADN d'ADT, notamment pour ce qui concerne l'apport en ingénierie et l'animation de réseaux d'acteurs. Ateliers de développement touristique (thématiques à investir, analyse de nouvelles dispositions législatives, etc.) et coordination des relais d'animation (numérique, geocaching, etc.) ont été régulièrement organisés ces dernières années à l'échelle Alsace.

L'accompagnement des acteurs locaux prend également la forme d'actions mises en œuvre pour le compte des Conseils Départementaux, tel que le dispositif de sensibilisation et d'optimisation de la collecte de la taxe de séjour (extension du dispositif à l'Alsace). D'autres diagnostics type Auditweb (extension à l'Alsace) ou Mon-Emage sont au nombre des prestations vendues aux prestataires de services privés ou associatifs.

Par ailleurs, les collectivités publiques peuvent bénéficier, au titre de l'ingénierie offerte par les Conseils Départementaux aux territoires, dans la limite des compétences et moyens d'Alsace Destination Tourisme, de diagnostics de territoire, d'études légères, d'analyses de marchés, de production de supports de marketing territorial, etc.

Enfin, l'aide au montage de dossiers d'aide et la recherche de financeurs, voire d'investisseurs dans le cadre de reprise d'entreprise et de requalification de friches permet de répondre aux sollicitations des acteurs publics et privés des territoires.

L'organisation du slowUp Alsace au service de la valorisation du vignoble et de l'oenotourisme d'Alsace et du tourisme à vélo (avec notamment l'Eurovéloroute du Vignoble/EV5) participe également de l'accompagnement des communes du piémont du massif du Haut-Koenigsbourg, des très nombreux acteurs associatifs engagés dans l'encadrement et l'animation, et des acteurs privés contribuant par leurs apports financiers (sponsoring) et les échanges marchandises à la réussite de cette manifestation interdépartementale.

Les acteurs du monde du sport, au travers notamment du Comité Régional Olympique Sportif Alsace (CROSA), sollicitent également régulièrement les services et compétences d'ADT pour rendre possible la promotion des activités de pleine nature pour tous, notamment dans le massif vosgien. Cette opportunité de partenariat rejoint la thématique du tourisme sportif et de bien-être qui intéresse les Conseils Départementaux à plus d'un titre et tout particulièrement s'agissant de la cohésion sociale et territoriale.

7.8. Démarches et coopérations territoriales (413.353 €)

Alsace Destination Tourisme développe prioritairement ses actions au bénéfice des territoires du Haut-Rhin et du Bas-Rhin. Ceci étant, les clients s'affranchissent aisément des limites administratives. Au contraire, le positionnement géographique de l'Alsace lui donne de sérieux atouts par la variété des lieux à visiter en grande proximité, au-delà du Rhin ou de la ligne bleue des Vosges.

Ainsi, les activités touristiques permettent d'investir, en partenariat avec les territoires voisins, des projets, thématiques et services à l'échelle du massif des Vosges dans le cadre du Contrat de destination Massif des Vosges (labélisation GR5/Rectangle rouge, adhésion Cluster Tourisme Atout France, etc.), de l'Espace du Rhin Supérieur (projets transfrontaliers avec Upper Rhine Valley, l'association Vis-à-Vis pour le secteur PAMINA, etc.), voire transnationaux.

Alsace Destination Tourisme « pèse » plus de 50% dans la mise en œuvre et l'accompagnement des opérations touristiques à l'échelle du massif des Vosges en relation étroites avec les acteurs locaux et notamment les Parcs Naturels régionaux des Ballons des Vosges et des Vosges du Nord et pour le compte des 7 Conseils Départementaux du territoire, des 2 Conseils régionaux, des services de l'Etat (Commissariat à l'aménagement du massif, DIRECCTE) et grâce à l'importante mobilisation de fonds européens.

L'accompagnement des politiques publiques touristiques, des filières thématiques retenues au titre du Contrat de Destination et des projets locaux portés par les collectivités locales alsaciennes complètent le panel des moyens déployés par les Conseils Départementaux du Haut-Rhin et du Bas-Rhin via l'ADT, au service de la montagne vosgienne. L'expertise apportée par Alsace Destination Tourisme doit faciliter les travaux de refonte et d'optimisation des dispositifs départementaux en faveur des stations, tant pour la période enneigée que pour le reste de l'année.

Le suivi technico-administratif de l'association de l'association des fermes-auberges du Haut-Rhin, avec la préparation en 2017 d'un programme de travail à l'échelle du massif, et de l'Association de Promotion du Ski de Fond (ADPSF 68), avec la perspective de l'engagement courant d'année d'une étude de valorisation des activités nordiques (en relation avec le Conseil Départemental des Vosges) sont également assurés par Alsace Destination Tourisme.

Enfin, ADT anime et participe aux différents échanges et démarches collectives initiées par des Comités Départementaux du Tourisme du Grand Est.

Marché	Du	Au	Manifestations	Ville	Type	Cible	site web	Coordinateur
France	3-févr.	5-févr.	Festivitas	Mulhouse	salon	BtoB	www.festivitas.fr	ADT
France	25-févr.	5-mars	Salon International de l'Agriculture	Paris	salon	BtoC	www.salon-agriculture.com	Chambre d'Agriculture
France	16-mars	19-mars	Salon Mondial du Tourisme	Paris	salon	BtoC	www.salons-du-tourisme.com/Paris	ADT
France	24-mars	26-mars	Salon du Randonneur	Lyon	salon	BtoC	www.randonnee.org	MV
France	26-sept.	27-sept.	Map Pro	Paris	salon	BtoB	http://mappro.iftm.fr/	ADT
France	10-nov.	12-nov.	Salon International du Tourisme et des Voyages (SITV)	Colmar	salon	BtoC	www.sitvcolmar.com	Colmar Expo
Allemagne	14-janv.	22-janv.	CMT	Stuttgart	salon	BtoC	www.messe-stuttgart.de/cmt	MV
Allemagne	3-jul.	3-jul.	Workshop France	Cologne	workshop	BtoB		ADT
Allemagne	juillet	juillet	Fête française	Düsseldorf	événement	BtoC	www.duesseldorfer-frankreich-fest.de/	AAA
Allemagne	1-sept.	3-sept.	TourNatur	Düsseldorf	salon	BtoC	www.tournatur.com	MV
Allemagne	11-oct.	15-oct.	Événementiel Salon du Livre	Francfort	salon	BtoC	www.buchmesse.de	ADT
Suisse	6-avr.	6-avr.	Workshop 100 % Alsace	Zurich	événement	BtoB		AAA
Pays-Bas	10-janv.	15-janv.	Vakantiebeurs	Utrecht	salon	BtoB/C	www.vakantiebeurs.nl	MV
Belgique	2-févr.	5-févr.	Salon des Vacances	Bruxelles	salon	BtoC	www.salondesvacances.eu	ADT
Belgique	septembre	septembre	Travel in France	Bruxelles	workshop	BtoB		ADT
Italie	10-avr.	14-avr.	Roadshow Francia	Rimini, Turin, Brescia & Rome	workshop	BtoB		ADT
Israël	7-févr.	9-févr.	So French So Food / salon IMTM & Démarchage	Tel Aviv	événement	BtoB		AAA
Israël	novembre	novembre	Workshop France	Tel Aviv	workshop	BtoB		ADT
Espagne	Printemps	Printemps	Workshop 100 % Alsace & démarchage	Barcelone & Madrid	rencontres pro	BtoB		AAA
Multi Scandinavie	10-janv.	13-janv.	Roadshow France été	Copenhague, Oslo, Stockholm & Helsinki	workshop	BtoB		ADT
Multi Scandinavie	17-mai	20-mai	Quinzaine gastronomique Alsace & démarchage	Copenhague	événement démarchage	BtoB		AAA
Multi Allemagne	8-mars	12-mars	ITB (Internationale Tourismusbörse)	Berlin	salon	BtoB/C	www.itb-berlin.de	ADT
Multi	28-mars	29-mars	Rendez-Vous en France	Rouen	workshop	BtoB	www.rendezvousenfrance.pro	AAA
Multi Europe Centrale	29-mai	30-mai	French Rendez-Vous	Vienne	workshop	BtoB	www.french-rendez-vous.com	ADT
Multi Bassin Méditerranéen	6-oct.	8-oct.	Workshop France Méditerranée	Ville sud de France	workshop	BtoB		ADT
Multi Grande-Bretagne	6-nov.	8-nov.	WTM (World Travel Market)	Londres	salon	BtoB	www.wtmlondon.com	ADT
Multi marchés lointains	2017	2017	Workshop 100 % Alsace	Paris	workshop	BtoB		AAA
Russie	22-mai	25-mai	Workshop	Kiev, Moscou & St Petersbourg	workshop	BtoB		AAA
Bahrein	janvier	janvier	Événement France / Alsace hôte d'honneur & Démarchage	Manama	événement	BtoB/C		AAA
Etats-Unis	octobre	octobre	Événement France / Alsace hôte d'honneur & Démarchage	Chicago	événement	BtoB/C		AAA
Canada	27-févr.	2-mars	Workshop France & Démarchage	Montréal & Québec	rencontres pro	BtoB/C		AAA
Chine	28-nov.	6-déc.	Tournée Chine Continentale		rencontres pro	BtoB/C		AAA
Chine	2017	2017	Démarchage & Séminaire	Hong-Kong & Taiwan	rencontres pro	BtoB/C		AAA
Japon	29-mai	2-juin	Workshop France & Démarchage	Tokyo & Nagoya	workshop	BtoB/C		AAA
Corée	5-juin	6-juin	Séminaire	Séoul	rencontres pro	BtoB/C		AAA
Inde	2017	2017	Workshop Atout France	New Delhi	workshop	BtoB/C		AAA

BtoB : Business to Business - opérations à destination des organisateurs de voyages
 BtoC : Business to Consumers - opérations à destination du grand public

MV : Massif des Vosges

Service Appui Administratif et Financier

DOSSIERS EXAMINES PAR LA COMMISSION PERMANENTE DU 12 MAI 2017

**Fonctionnement de l'Association Départementale de Tourisme
PROGRAMME 2017**

N° Opération	Maître d'ouvrage Libellé de l'opération	Montant forfaitaire
ADT03513	ALSACE DESTINATION TOURISME subvention de fonctionnement 2017 Cofinancement : CONSEIL DEPARTEMENTAL DU BAS-RHIN : 2 305 888,00 €	1 148 115,00
Total		1 148 115,00