

**Service instructeur**

**2<sup>ème</sup> Commission - N° CG-2015-2-2-3**

Service du Développement économique, de l'Enseignement Supérieur et du Tourisme

**Service consulté**

## **PROLONGATION DE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME EN ALSACE (2012/2014)**

Résumé : En juin 2012, l'Assemblée départementale a adopté une nouvelle stratégie touristique pour l'Alsace fixant les enjeux et priorités communes aux collectivités régionale et départementales pour la période 2012-2014. Ce document ambitieux est construit autour de cinq axes « clés » déclinés en onze objectifs à développer. Il vous est aujourd'hui proposé, afin de permettre sa montée en puissance et la finalisation de ses objectifs, de prolonger de deux ans cette stratégie, soit jusqu'au 31 décembre 2016.

### **1. Un contexte économique singulièrement favorable**

Ce ne sont pas moins de 12 millions de touristes et 24 millions de nuitées qui ont été enregistrés par l'Observatoire Régional du Tourisme d'Alsace en 2013.

L'économie touristique se distingue ainsi par rapport à une morosité ambiante. Augmentée des 6 millions d'excursionnistes, cette filière de l'économie alsacienne (non délocalisable) représente 1,8 milliard d'euros dépensés par ces 18 millions de visiteurs et 37 300 emplois directs (soit environ 5 % emplois régionaux). Le chiffre d'affaire global de 1,9 milliards d'euros généré par les entreprises touristiques produit une fiscalité de 42 millions d'euros au bénéfice des collectivités en région.

La note de 8.8/10 sur l'échelle de satisfaction des visiteurs enregistrée par l'Alsace se fonde sur les valeurs qui composent l'image projetée au lointain par la Destination touristique à savoir principalement les paysages, les sites et villages, l'accessibilité, le confort et la propreté des hébergements. Les autres valeurs de l'ADN alsacien –authenticité, excellence, innovation (valeurs du «faire»), humanisme et ouverture sur le monde (valeurs de l'«être») reconnues à l'échelle internationale complètent cette promesse qu'il convient impérativement de préserver et d'entretenir.

## **2. Le contexte d'une stratégie unique de développement du tourisme en Alsace**

Construite à l'échelon de la destination touristique, l'Alsace, tout en tenant compte des spécificités locales et départementales, la Stratégie de développement du tourisme en Alsace adoptée par la Région Alsace et les Départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, ainsi que leurs agences de tourisme respectives, participe à la vitalité et au dynamisme de l'économie touristique.

Novatrice, la démarche l'a été à plus d'un titre avec une réflexion et une mise en œuvre sur la durée, le souci du partage des grands objectifs, la procédure participative (rassemblant une centaine d'experts et d'acteurs locaux autour d'ateliers), un fort investissement de nombreux partenaires autour des projets, comme autant de facteurs « clé » de réussite.

Depuis son lancement en 2012, la « Stratégie de Développement du Tourisme en Alsace 2012-2014 » a permis de concrétiser les actions, d'amplifier les initiatives, de tenir les engagements et de fortifier l'ambition collective portée par l'ensemble des collectivités.

Mise en place jusqu'en décembre 2014, elle s'est construite autour d'ateliers participatifs structurés et thématiques. Les principaux enjeux et les objectifs ont été construits et débattus collectivement dans le cadre de Comités de Pilotage et de Comités Techniques.

L'ensemble des protagonistes, au premier rang desquels les collectivités locales, s'est entendu pour que cette stratégie devienne une réalité pour tous les acteurs sur le terrain, en déployant adroitement les champs de compétences de l'ensemble des structures impliquées pour aboutir à des actions concrètes.

Cette stratégie partagée entre tous les partenaires entend « soutenir et dynamiser l'économie touristique alsacienne (enjeu n° 1), « promouvoir la destination Alsace (enjeu n° 2) » « développer harmonieusement le tourisme sur tout le territoire (enjeu n° 3), « développer les atouts et le potentiel touristique de l'Alsace » (enjeu n° 4) et « renouveler les fondamentaux par la créativité et l'innovation » (enjeu n° 5).

## **3. Un point d'étape de la stratégie qui encourage sa montée en puissance**

Un premier point d'étape de la stratégie peut déjà être établi (annexe jointe) et conforte l'idée que, pour permettre sa montée en puissance, traduite concrètement par des actions sur notre territoire, une prolongation de deux ans s'avère pertinente.

La stratégie est présentée sur la base de 5 enjeux majeurs, nécessaires à un développement cohérent du tourisme. Ces enjeux sont déclinés en 11 objectifs qui ne sont pas hiérarchisés.

### *1er enjeu : Soutenir et dynamiser l'économie touristique alsacienne*

Objectif 1 : s'inscrire dans une démarche globale de qualification de l'offre marchande

### *2e enjeu : Promouvoir la destination Alsace*

Objectif 2 : construire une stratégie de séduction en multipliant les prescripteurs

Objectif 3 : développer le tourisme d'affaires et de congrès

### *3e enjeu : Développer harmonieusement le tourisme sur le territoire alsacien*

Objectif 4 : promouvoir l'accessibilité douce, l'écotourisme et le tourisme durable

Objectif 5 : optimiser l'accueil et l'organisation territoriale du tourisme

Objectif 6 : faire de l'Alsace une destination vélo de premier choix

#### 4e enjeu : Développer les atouts et le potentiel touristique de l'Alsace

Objectif 7 : renforcer la mise en tourisme de l'Alsace, comme terre de mémoire pour une Europe plus humaniste

Objectif 8 : miser sur les savoir-faire d'excellence et les traditions pour se différencier des régions concurrentes

Objectif 9 : s'appuyer sur les grands sites et le patrimoine castral pour une meilleure diffusion de la clientèle sur les territoires

#### 5e enjeu : Créer et Innover – rajeunir les fondamentaux

Objectif 10 : miser sur la surprise, l'offre insolite et la créativité pour dynamiser l'image de la destination

Objectif 11 : valoriser l'excellence œnotouristique.

### **4. Des analyses qui complètent et enrichissent la stratégie touristique partagée**

Avis du CESER sur l'amélioration de l'accueil des touristes, conclusions des Assises régionale et nationale du tourisme, démarche Alsace 2030, Contrats de destination (Tourisme d'affaires, Massif des Vosges, Grande Guerre) viennent approfondir et consolider les objectifs prioritaires de la stratégie touristique Alsace.

Le 19 juin 2014, Laurent FABIUS, Ministre des Affaires étrangères et du Développement international clôturant les Assises du Tourisme affirmait l'ambition du Gouvernement de conforter la place de la France au premier rang des destinations touristiques du monde. L'objectif fixé est d'atteindre 100 millions de visiteurs par an, d'augmenter le montant des recettes générées par le secteur et de créer 500.000 emplois supplémentaires d'ici 2030.

Pour ce faire, le Ministre a annoncé 5 priorités : mieux vendre la destination France ; lisser les inconforts qui gênent les touristes (obtention de visa) ; retrouver le sens de l'hospitalité ; être offensif dans le numérique « nouvelle donne incontournable du tourisme » et aider les Français à partir en vacances plus nombreux.

Parmi les 30 mesures également énoncées à cette occasion, plusieurs rejoignent les priorités inscrites dans la Stratégie Touristique Alsace :

- développer l'offre touristique à l'international autour de pôles d'excellence : gastronomie/œnologie, montagne/sport, écotourisme/itinérance, tourisme autour des savoir-faire français et tourisme urbain/nocturne ;
  - promouvoir les destinations touristiques en s'appuyant sur des marques territoriales solides pour créer le « désir de France » ;
  - développer l'E-Tourisme et l'accès gratuit au WIFI dans les lieux très touristiques ;
- etc.

Nombre de ces actions font également écho à l'avis rendu le 3 octobre 2013 par le Conseil Economique, Social et Environnemental Régional (CESER Alsace) sur la saisine du Président du Conseil Régional d'Alsace « Comment Améliorer l'accueil des touristes : un enjeu de compétitivité et d'attractivité pour l'Alsace ? ».

Optimiser l'organisation régionale et territoriale, agir sur la formation et l'emploi, améliorer l'information et la commercialisation pour diversifier la clientèle et définir des priorités en termes de développement pour des filières touristiques précises (tourisme d'affaires et de congrès, tourisme culturel ; activités touristiques de sport et de nature) constituent des marges d'amélioration et des préconisations d'optimisation identifiées par le CESER.

Ainsi, la feuille de route proposée pour l'horizon 2030 pourrait se décliner comme suit :

- Pour le court terme : développer les actions marketing sur des cibles de niches et spécifiquement vers les agglomérations ; réaliser une étude approfondie sur les attentes / besoins des familles et des jeunes ; s'ancrer dans le m-tourisme ; développer l'interprétation du patrimoine via les outils numériques en mobilité ; développer une offre insolite ;
- A moyen et long terme : mieux articuler les interventions des acteurs institutionnels et des opérateurs privés ; mutualiser davantage les moyens (OT, agences) ; fédérer et professionnaliser par des labels et la création de produits combinés ; développer l'offre gratuite ou low cost ; mettre en place une structure de gouvernance unique.

Concrètement en Alsace, les démarches de mutualisation des missions touristiques locales, liées à l'évolution des intercommunalités ou à une meilleure compréhension des enjeux de l'économie touristique, d'une part, et les efforts liés à la mise en réseau des opérateurs touristiques locaux (réseau des châteaux et cités fortifiées d'Alsace, réseau des animateurs numériques d'Alsace, expérimentation du Pass Alsace, etc.), d'autre part, sont autant de progrès qui participent de la mise en œuvre de la stratégie régionale.

Enfin, les différents textes portant réforme de l'organisation territoriale des acteurs publics en France doivent modifier progressivement les voies et moyens d'aborder le développement de l'économie touristique (émergence de l'Eurométropole, Pôles d'Equilibre des Territoires Ruraux, etc.).

## **5. Deux ans complémentaires pour permettre sa parfaite exécution**

Eu égard de ce qui précède, le Groupe de Travail Tourisme, associant les élus représentants des collectivités départementales et régionale, de même que des structures institutionnelles du tourisme qui en dépendent, a proposé de prolonger de deux ans, soit jusqu'au 31 décembre 2016, la Stratégie en cours.

Considérée comme un vecteur de montée en puissance de la stratégie, cette prolongation laisse la possibilité pour certains thèmes de bénéficier d'une véritable campagne annuelle de communication ou d'être développés et mis en œuvre plus efficacement.

Ainsi, si l'année 2012 a permis de mettre en relief « l'Alsace à Vélo », 2013 l'oénotourisme avec la célébration des 60 ans de la Route des vins et 2014 la thématique « Mémoire et Châteaux forts », 2015 pourrait être réservé aux grands événements culturels et aux sites emblématiques (millénaire de la Cathédrale de Strasbourg, réouverture du Musée Unterlinden à Colmar, etc.), 2016 pouvant être consacrée à l'écotourisme (dans la suite des appels à projets de la Région Alsace et du Massif des Vosges) ou/et aux savoir-faire d'excellence.

En outre, cette période de montée en puissance de la Stratégie devrait privilégier une plus grande implication des socioprofessionnels, la consolidation des réseaux et des divers outils mis en place au cours des dernières années (Pass Alsace, réseau de châteaux et cités fortifiées, Front des Vosges...).

Enfin, étant donné le temps nécessaire aux démarches collectives et les adaptations du contexte institutionnel, l'année 2016 serait également dédiée à la préparation de la future Stratégie touristique pour l'Alsace.

Au vu de ce qui précède, je vous propose :

- d'approuver la prolongation pour une durée de deux ans, soit jusqu'au 31 décembre 2016, de la période de mise en œuvre de la Stratégie de développement du tourisme en Alsace ;
- de donner délégation à la Commission Permanente pour l'exécution et le suivi de cette Stratégie au travers des actions prévues ;
- de prévoir, en fonction des budgets annuels alloués au développement et à la promotion du tourisme, et en fonction de l'implication des autres partenaires, le financement des actions retenues.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'C' followed by 'B' and 'T' with a long horizontal stroke extending to the right.

Charles BUTTNER