

Rapport du Président

Commission permanente du
vendredi 23 octobre 2020

2^{ème} Commission

N° CP-2020-10-2-4

Service instructeur

DEAA - service appui administratif et financier

Service consulté

Service Attractivité des Territoires

SOUTIEN A ALSACE DESTINATION TOURISME**MISE EN OEUVRE DU PLAN DE COMMUNICATION TOURISTIQUE
DE RELANCE 2020**

Résumé : Afin de participer activement à la relance du secteur touristique alsacien en grande difficulté suite à la crise sanitaire et économique, Alsace Destination Tourisme (ADT) est chargée de mettre en place un plan de communication touristique de relance, pour faire revenir les touristes en Alsace et inciter les habitants à consommer des offres touristiques locales.

Il est ainsi proposé d'attribuer une subvention de 150 000 € à ADT, pour la mise en œuvre de ce plan en 2020, d'approuver la convention de financement y afférente et d'autoriser le Président à la signer.

Ce rapport a fait l'objet d'un avis favorable de la Commission Aménagement du Territoire et Tourisme lors de sa réunion du 16 octobre 2020.

1. Présentation du contexte et du plan de communication de relance

Le secteur touristique en Alsace est mis à mal par la crise sanitaire. On compte une baisse de 50 % des touristes cet été, en Alsace. La situation pourrait encore s'aggraver avec l'arrivée de nouvelles restrictions.

Afin de relancer le tourisme alsacien en grande difficulté, Alsace Destination Tourisme (ADT) œuvre à la mise en place d'une stratégie de communication de rebond, pour faire revenir les touristes en Alsace et inciter les habitants à consommer des offres touristiques locales.

Cette stratégie est conçue pour faciliter un élan collectif et une prise de parole coordonnée à l'échelle de la destination Alsace. Elle a été travaillée avec les Offices de Tourisme, l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est et un certain nombre de réseaux regroupant notamment les hôteliers-restaurateurs, les viticulteurs, les entreprises de l'agro-alimentaire, les sites de visites, les acteurs du tourisme social et solidaire, etc.

Ce plan de rebond est aussi construit pour une mise en œuvre sur une période longue, à savoir sur 2020, 2021 et 2022, étant considéré que la survie des acteurs touristiques ne pourra être assurée que si leur fréquentation est consolidée sur ces trois années.

Une première phase de communication a été engagée pour la période estivale. Il s'agissait de rassurer tant les visiteurs que les prestataires touristiques, de capter l'attention des clientèles locales comme celle des habitants du Grand Est et d'Île-de-France, ainsi que les Allemands, les Suisses et les Belges. Elle a été réalisée autour de six visuels et de l'accroche « Bienvenue chez vous, en Alsace ».

Le dispositif était le suivant :

- un kit d'appropriation diffusé à l'ensemble des partenaires,
- une campagne d'affichage en Alsace, dans les grandes villes,
- une campagne presse dans des médias alsaciens,
- une campagne digitale : sur Facebook, Twitter, LinkedIn.

La seconde phase de la campagne, en automne-hiver 2020, doit aller au-delà de l'Alsace pour générer davantage de séjours et nuitées. Elle est plus ambitieuse et doit avoir un impact fort sur l'image de la destination.

ADT s'appuie sur le travail fait en amont sur les cibles, pour créer une campagne de communication affinitaire. Les « totems » de l'Alsace (Route des Vins, maisons à colombages et villages de caractère, monuments et sites touristiques, gastronomie, etc.) seront renforcés par des images qui correspondent aux nouvelles attentes des clientèles.

Le rêve, l'émotion et l'imagination seront au cœur du dispositif prévu pour la fin d'année, autour de deux axes stratégiques (sous réserve d'évolution de la situation sanitaire et des consignes avec les marchés étrangers) :

- une campagne sur les cibles seniors et jeunes actifs pour dynamiser l'automne,
- une mise en avant des inspirations et des expériences.

2. La demande de soutien financier

Le budget de ce plan de communication de relance 2020, joint en annexe, est évalué à 700 000 €.

ADT utilise des crédits non consommés du fait de manifestations annulées, à hauteur de 200 000 €, ainsi que 200 000 € de la Région Grand Est au titre du Pacte de Destination Alsace 2020.

Mais un complément de crédits à hauteur de 300 000 € est recherché. 150 000 € sont ainsi demandés à chaque Département.

Pour les années suivantes, une nouvelle sollicitation sera adressée de la part d'ADT.

La Commission Permanente du Conseil départemental du Haut-Rhin du 15 mai 2020 avait délibéré sur un plan de soutien dans le cadre de la lutte contre la COVID-19 et ses conséquences, notamment à destination de la filière touristique.

Elle avait ainsi adopté le fait de flécher les recettes de la taxe de séjour collectée en 2019 et perçue en 2020, à hauteur de 300 000 €, sur des actions touristiques visant à rendre l'Alsace attractive.

Une enveloppe de 300 000 € sur le budget tourisme du Haut-Rhin est donc disponible, les crédits ayant été demandés en DM1.

A ce titre, un montant de 150 000 € pourrait alors être attribué à ADT pour la mise en œuvre de ce plan de communication de relance en 2020.

Dans ce cadre, une convention de financement sera établie entre ADT et le Département du Haut-Rhin.

Au vu de ce qui précède, je vous propose :

- d'attribuer une subvention de fonctionnement de 150 000 € à Alsace Destination Tourisme, pour la mise en œuvre du plan de communication touristique de relance en 2020. Cette subvention fera l'objet d'un versement unique dès signature de la convention par les parties,
- d'approuver la convention de financement y afférente, jointe au présent rapport et de m'autoriser à la signer,
- de prélever les crédits correspondants sur le programme F741, chapitre 65, fonction 94, nature 6574, du budget départemental.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.

LE PRESIDENT
Remy WITH