

## **Rapport du Président**

Commission permanente du  
jeudi 9 février 2023

**N° CP-2023-1-2-5**

**N° applicatif 5203**

### **2<sup>ème</sup> Commission**

Commission Dynamiques économiques, touristique, agricole, emploi et transitions énergétiques et climatiques

#### **Service instructeur**

Service tourisme et montagne

## **ALSACE DESTINATION TOURISME : CONTRAT CADRE ET SOUTIEN A LA MISE EN OEUVRE D' ACTIONS POUR 2023**

Résumé : Promouvoir la Destination Alsace en valorisant ses richesses naturelles, culturelles et patrimoniales et en misant sur l'excellence touristique alsacienne, telle est l'ambition portée par la Collectivité européenne d'Alsace en matière de tourisme. Cette ambition se traduit par plusieurs leviers : construire aujourd'hui le tourisme de demain pour s'assurer du renouvellement des visiteurs en recherche d'expériences plus confidentielles, capitaliser sur les "pépites" de l'Alsace, sur l'authenticité et la qualité de l'offre pour soutenir l'économie touristique et l'emploi et conforter l'Alsace en tant que Destination d'excellence et accessible à tous.

En application du code du Tourisme (révisé pour l'Alsace en 2020 à travers la loi Alsace), la mise en œuvre de cette stratégie se traduit par un partenariat fort avec Alsace Destination Tourisme (ADT), Comité Départemental du Tourisme pour la Collectivité européenne d'Alsace. ADT met en œuvre les orientations politiques définies par notre Collectivité.

Pour l'année 2023, la Collectivité européenne d'Alsace entend poursuivre son appui aux territoires sur le volet tourisme tout en adaptant la stratégie de développement touristique actuelle avec les acteurs locaux.

Le présent rapport propose à la Commission permanente :

- d'approuver les termes du contrat cadre 2023 à conclure entre la Collectivité européenne d'Alsace et Alsace Destination Tourisme ;
- d'attribuer une subvention de fonctionnement de 4 205 000 € à Alsace Destination Tourisme, pour la mise en œuvre de son programme d'actions 2023 (dont 105 000 € pour l'organisation de l'édition 2023 du Salon de l'Agriculture à Paris).

Présent sur l'ensemble de notre territoire, le tourisme est une activité de la vie locale qui, par son offre, dynamise l'économie et l'emploi et joue un rôle essentiel en faveur du rayonnement international de la destination Alsace.

Le tourisme alsacien, fort de ses 2,5 milliards d'€ de chiffre d'affaires pour les entreprises touristiques et de ses 40 000 emplois salariés et non-salariés, détient de nombreuses clés pour l'emploi, la formation et l'insertion des jeunes, la culture, l'environnement, l'inclusion de nos concitoyens et plus largement l'attractivité du territoire.

Qu'il soit ancré dans l'urbanité ou la ruralité, le maintien d'un tourisme actif et dynamique apparaît essentiel à l'équilibre économique et social de nos territoires de vie.

La Collectivité européenne d'Alsace souhaite poursuivre un partenariat de qualité et de proximité avec Alsace Destination Tourisme, en conjuguant les efforts pour favoriser et conforter les activités de proximité, au bénéfice notamment de l'emploi alsacien, de la vie économique des entreprises du secteur touristique.

Dans un contexte marqué par la crise sanitaire, la guerre en Ukraine, l'inflation et la nécessité d'accélérer les transitions écologiques, environnementales et numériques, la CeA souhaite poursuivre sa démarche de collaboration avec Alsace Destination Tourisme pour renforcer l'attractivité des territoires dans le cadre d'une dynamique ambitieuse tournée vers un développement équitable et durable.

Alsace Destination Tourisme exerce son activité en prenant en compte les orientations définies dans la Stratégie d'Innovation et de Développement Touristique (SIDT) pour la Destination Alsace, dont il conviendra de prévoir des adaptations liées au nouveau contexte pour continuer de garantir une action au plus près du terrain, tout en étant une source d'innovation pour s'adapter aux nouveaux modes de consommation touristique.

Ce travail d'adaptation sera mené par la Collectivité européenne d'Alsace, en partenariat étroit avec ADT, les offices de tourisme et l'ensemble des acteurs touristiques.

#### 1- Contrat cadre 2023 entre la Collectivité européenne d'Alsace et Alsace Destination Tourisme

Il est proposé la mise en place d'un contrat cadre 2023 (joint en annexe) entre la Collectivité européenne d'Alsace et Alsace Destination Tourisme : il reconnaît le rôle essentiel du tourisme alsacien pour la préservation des emplois, des traditions et savoir-faire, pour une Alsace attractive et ambitieuse pour son avenir.

La Collectivité européenne d'Alsace et Alsace Destination Tourisme mobilisent leurs expertises pour concevoir et mettre en œuvre les axes et actions déclinés ci-après :

### **AXE 1 – MARKETING, PROMOTION & EDITIONS - 285 K€**

#### **Stratégie Marketing**

Après une réorientation de la ligne éditoriale partagée pour l'Alsace, la production de contenus et supports autour de la sélection des « Expériences à vivre en Alsace », une nouvelle orientation marketing pour l'Alsace devra intégrer les dimensions du tourisme durable, des mobilités facilitées et du soin porté à l'humain.

## **Promotion**

Dès 2020, tenant compte de la situation sanitaire, ADT a concentré ses actions marketing à destination du grand public vers les clientèles de proximité et la clientèle locale alsacienne. Les actions marketing ne se limitent pas au grand public mais intéressent également les professionnels (organisateur de voyage, médias, prestataires...).

Les premiers chiffres disponibles issus de l'observation effectuée par ADT avec Orange Flux Vision Tourisme entre le 1<sup>er</sup> juillet et le 16 août 2022 font état par rapport à la même période en 2019 d'une hausse de +6% de visiteurs avec +17% d'excursionnistes et -16% de touristes.

Ces chiffres confortent ADT dans la nécessité de concentrer les moyens sur des opérations visant à générer des nuitées en Alsace.

Ainsi, les marchés prioritaires d'Alsace Destination Tourisme restent la France, l'Allemagne, le BeNeLux et la Suisse. D'autres comme l'Italie, l'Espagne, l'Autriche et l'Europe Centrale, la Scandinavie et Israël font également partie des marchés travaillés.

Le programme d'actions prévisionnel est élaboré dans un contexte de reprise du tourisme international de proximité, et tient compte du repositionnement de l'Agence Régionale Touristique du Grand Est (ARTGE) sur les marchés européens. Les Offices de Tourisme, lieux de visites et autres partenaires locaux sont informés et associés à ce programme d'actions qui pourra être amené à évoluer selon les opportunités et le budget alloué.

Par ailleurs, à la demande de la CeA et en étroite collaboration avec la Chambre d'Agriculture Alsace (filiales agricoles et circuits courts), ADT reconduira, à l'instar de l'édition 2022, le pilotage de la présence alsacienne au Salon International de l'Agriculture (SIA) de Paris 2023.

Un budget spécifique dédié de 145 000 € au global (10 K€ budget ADT, 105 K€ CeA et 30 K€ APDMAA) sera déployé pour permettre d'afficher clairement les couleurs alsaciennes sur l'espace Grand Est dans le hall des produits et régions de France et soutenir la présence des exposants/producteurs/filière agricoles d'Alsace.

## **Editions**

Depuis la création d'ADT, la stratégie d'éditions a été réorganisée pour :

- Adapter les supports aux tendances actuelles et à la nouvelle ligne éditoriale,
- Rechercher des économies de moyens et prolonger son orientation écoresponsable,
- Trouver une optimisation de l'utilisation des données numériques produites au cœur du LEI,
- Répondre aux attentes des acteurs locaux du tourisme d'Alsace (notamment les OT).

La stratégie d'éditions et de diffusion sera encore affinée afin de répondre au mieux aux besoins des clients directs d'ADT (grand public et professionnels) et aussi, aux attentes des partenaires d'ADT publics et privés.

## **AXE 2 – COMMUNICATION & RELATIONS PRESSE - 257 K€**

Les actions de communication et de relations presse accompagnent et mettent en lumière les temps forts de la structure et ses actions. La stratégie marketing élaborée par ADT pour la destination Alsace guide les choix stratégiques dans une recherche d'efficacité permanente.

Les compétences du service communication et relations presse sont également mises à contribution pour la création de contenus éditoriaux pour les sites web grand public (<https://www.visit.alsace/>) et professionnels (<https://www.alsace-destination-tourisme.com/>).

Outre les opérations de communication pour la destination Alsace, ADT est également mobilisée sur les actions de communication et relations presse pour la Destination Massif des Vosges.

Ainsi, les moyens accordés par la Collectivité européenne d'Alsace contribuent directement à la promotion de l'offre touristique que ce soit pour l'Alsace et pour le Massif des Vosges. Les choix sont guidés par la recherche permanente d'impact, d'audience maximale et de notoriété vers les publics cibles.

### **AXE 3 – PROJETS NUMERIQUES & RESEAUX SOCIAUX - 108,5 K€**

Le Service Projets Numérique et Réseaux Sociaux coordonne les sites web, réseaux sociaux et applications gérés par ADT. Il administre et anime les principaux sites web et réseaux sociaux tant à des fins de communication institutionnelle que touristique, au bénéfice des Destinations Alsace et Massif des Vosges ; déclinées sous les marques suivantes :

- Visit Alsace, communication de destination (BtoC),
- Alsace Terre de Châteaux Forts, communication thématique (BtoC),
- Alsace à Vélo, communication affinitaire cyclotourisme (BtoC),
- Tourisme-alsace.pro, communication aux organisateurs de voyages (BtoB),
- Meet In Alsace, communication tourisme d'affaires (MICE),
- Massif des Vosges, communication de destination (BtoC).

Depuis 2021, suite au transfert vers ADT de la gestion et animation de la trentaine de sites web de l'écosystème numérique Alsace de l'ARTGE, ADT est l'unique structure responsable de la promo-communication touristique à l'échelle « Alsace », sur le web comme sur les réseaux sociaux.

A compter de 2023, le cofinancement régional disparaît réduisant ainsi significativement les développements numériques possibles.

### **AXE 4 – DEMARCHES QUALITE, MARQUES & LABELS - 18 K€**

Garantir au mieux la promesse client est l'une des missions portées par ADT qui accompagne ses partenaires et les acteurs du tourisme pour atteindre cet objectif. La démarche repose sur les besoins et les attentes de la clientèle, en vue d'adapter l'offre touristique aux évolutions de la demande.

S'engager dans une démarche qualité est une ambition affirmée d'un prestataire en vue de satisfaire ses clients, en proposant des services et un accueil professionnel, en bénéficiant d'outils d'amélioration de leur performance.

Choisir une marque ou un label rassure un touriste, garantit en toute sécurité une visite agréable, un séjour accueillant proposant des prestations qualifiées :

- La qualité d'un accueil personnalisé, avec des professionnels disponibles,
- La qualité des services avec du personnel compétent,
- Un site ou un équipement confortable et propre,
- La mise à disposition d'une information claire et précise, notamment sur les curiosités touristiques,
- La valorisation des ressources locales et de produits alsaciens avec des boissons et plats régionaux.

## **AXE 5 – THEMATIQUES PRIORITAIRES, DIAGNOSTIC, CONSEILS & ACCOMPAGNEMENT DE PROJET - 145 K€**

### **Thématiques prioritaires**

Adoptée conjointement par les Conseils Départementaux du Bas-Rhin et du Haut-Rhin fin 2017, la « Stratégie d'Innovation et de Développement Touristique pour l'Alsace » (SIDTA) 2017-2021 a mis l'accent sur 6 thématiques d'excellence :

- Découvrir l'Alsace, terre d'itinérance douce (Alsace à vélo, randonnées, canoë...)
- Vivre le fantastique des Châteaux et des citées fortifiées
- Savourer les étoiles et millésimes d'Alsace (gastronomie, œnotourisme, brassitourisme...)
- Prendre de la hauteur en Alsace (massif des Vosges, 4 saisons...)
- L'Alsace prend soin de vous (bien-être, thermalisme)
- L'Alsace au Cœur de l'humanisme rhénan et de l'Europe (arts et traditions populaires, tourisme de mémoire, savoir-faire d'excellence)

Assurant la mise en œuvre opérationnelle de cette stratégie pour le compte de la CeA, ADT s'est restructurée en interne afin de mettre en place 6 référents thématiques en charge de leur développement/structuration et de l'accompagnement en ingénierie des porteurs de projets afférents. Ils assurent également le lien avec les offices de tourisme et les acteurs touristiques dans les territoires ainsi que les services promotion et communication d'ADT pour garantir la valorisation de ces filières et leur mise en marché.

En complément de ces 6 thématiques et pour répondre à l'enjeu d'innovation inscrit dans la SIDTA au titre du DÉFI #1 (« innover, adapter et réinventer l'offre touristique alsacienne afin de répondre aux attentes et modes de consommation »), un poste de chargé de mission innovation & intelligence collective a été créé (reconversion interne d'un poste existant). Mise en place en 2019, cette mission a permis à ADT d'être identifiée et reconnue comme acteur à part entière de la sphère innovation et d'engager un programme d'actions pour sensibiliser nos partenaires à l'innovation. Un accompagnement des porteurs de projets innovants a été mis en place depuis 2 ans et un événement réunissant acteurs du tourisme et startups (le Grand Marché des Petits Producteurs d'Innovation) a été lancé en 2022 et sera reconduit annuellement. Une feuille de route, validée en Bureau d'ADT, encadre la déclinaison de ce programme. La feuille de route sera révisée en 2023 en tenant compte des enjeux identifiés par la future stratégie (révision de la SIDTA).

Par ailleurs, suite à la crise sanitaire, aux évolutions des attentes de la clientèle et face aux enjeux liés aux crises climatique, environnementale et humaine, la mise en place d'une mission spécifiquement liée au tourisme durable a été décidée par les instances d'ADT dans la perspective de la révision de la SIDTA. Un plan d'actions spécifique sera décliné à partir de 2023. Il portera à la fois sur un volet interne (avec une démarche RSE engagée dès 2022) et un volet externe (avec des actions de sensibilisation et d'accompagnement des acteurs du tourisme).

### **Observation**

Face au manque de données d'observation de l'économie touristique pour l'Alsace (découlant à la fois de l'instauration d'un observatoire à l'échelle du Grand Est en lieu et place des 3 anciens observatoires - Alsace / Lorraine / Champagne-Ardenne - et du manque de statistiques de l'Insee pour la période de crise sanitaire), le besoin de données touristiques s'est fait de plus en plus ressentir pour le pilotage de la Destination et pour répondre aux questionnements tant des professionnels que des médias.

Que ce soit pour les territoires ou pour la Destination Alsace, l'observation de la fréquentation et de l'activité touristique est essentielle. Sans ce travail de suivi et d'analyse, il devient difficile de proposer des choix stratégiques, d'identifier des orientations en matière d'actions, d'évaluer les actions menées et de suivre la vitalité de nos principaux marchés de clientèle.

La mise en place de deux solutions d'observation (Orange Flux Vision Tourisme pour les données de fréquentation et AirDNA pour les datas liées au marché de la location) a été validée par le Conseil d'Administration d'ADT du 22 novembre 2021. L'exploitation et l'analyse des données est assurée en interne et a permis la production d'un premier bilan de saison pour l'été 2022 (présenté au CA du 9 novembre 2022), un bilan pour la période des fêtes de fin d'année sera également produit et présenté au CA du 9 février.

Les abonnements à ces deux solutions sont reconduits pour 2023 et permettront la poursuite des bilans de saison ainsi qu'une étude d'observation spécifique aux marchés de Noël (en partenariat avec les offices de tourisme, communes ou EPCI souhaitant s'y engager).

## **AXE 6 – COOPERATIONS & RESEAUX DE TERRITOIRES - 53 790 €**

### **Projets transfrontaliers et transnationaux**

ADT est susceptible d'accompagner les projets transfrontaliers et transnationaux de développement touristique qui permettent :

- d'entretenir des relations de coopération internationale initiées par la Collectivité européenne d'Alsace (ex : Japon, Bade Wurtemberg) ou par certains partenaires (Club Vosgien avec la Lettonie, l'Union Internationale des Alsaciens, avec la Serbie, etc.),
- de faciliter les échanges d'expériences et l'élaboration de projets communs (espace tri-national des 3 Frontières, espace PAMINA, Eurodistrict Strasbourg-Ortenau, réseau des itinéraires culturels du Conseil de l'Europe, Route de la Libération de l'Europe, Black Forest Accelerator, etc.),
- de mobiliser des crédits européens dans le cadre des initiatives communautaires INTERREG (extension du réseau des aires de bivouacs du Palatinat dans le Nord de l'Alsace),
- de prolonger les partenariats existants autour de la Route Verte, de l'association au fil du Rhin, et de soutenir les opérations engagées au titre du programme *Upper Rhine Valley* (espace métropolitain du Rhin Supérieur).

### **Stratégie touristique Massif des Vosges**

Le Contrat de Plan Interrégional Massif des Vosges 2021-2027 a reconnu le massif comme « Une montagne attractive et compétitive, conciliant activités traditionnelles, tourisme et nature » dans son positionnement.

Ainsi, les différents financeurs du Contrat de Plan ont identifié différentes ambitions au niveau du défi thématique « Piloter l'économie du tourisme de montagne face au changement climatique » :

- développer une nouvelle offre écotouristique diversifiée, adaptée aux attentes de la clientèle, au contexte naturel et culturel du massif, qui favorise la création et le maintien de l'emploi local et les retombées économiques sur l'ensemble du territoire (en s'appuyant notamment sur les « micro-destinations »),
- rénover et dynamiser le parc d'hébergement touristique leader sur la transition écologique, la qualité pour tous et le service (avec comme objectif de moderniser et écorénover 30 % du parc d'hébergement touristique),

- accroître la notoriété et l'attractivité touristique « 4 saisons » du massif des Vosges, en tant que destination d'excellence, et rendre son image plus visible au travers notamment de sa marque et de son positionnement en matière de tourisme durable.

Suite au séminaire technique organisé fin mai 2022 avec l'ensemble des financeurs et opérateurs mobilisés en faveur de la montagne vosgienne, une nouvelle vision et des propositions ont été formulées pour la nouvelle stratégie touristique au-delà de 2023. Celle-ci doit encore être formalisée et validée sur le plan politique. En attendant, Alsace Destination Tourisme propose de toujours se positionner en faveur de la mise en œuvre d'actions portant sur les itinérances, la mobilité durable et l'écosystème numérique.

## **AXE 7 – FONCTIONS SUPPORT - 3 337 710 €**

La masse salariale prévisionnelle pour 2023 est estimée à 3 309 710 € (46,4 ETP en CDI), les services extérieurs à 364 000 € (charges locatives, locations mobilières et véhicules, travaux d'entretien mobilier, abonnements...).

Les achats, à hauteur de 28 000 € concernent principalement l'acquisition de fournitures administratives, d'entretien et de petit équipement et le gaz pour les locaux de Colmar.

Les dotations aux amortissements et aux provisions à hauteur de 55 000 € concernent les Indemnités de Fin de Carrière (IFC) et les investissements à amortir.

### 2- Mise en œuvre des actions et soutien de la CeA en 2023

Chaque axe du contrat cadre est développé à travers des fiches thématiques qui précisent les objectifs et la mise en œuvre prévue sur l'exercice 2023. Elles constituent ainsi le programme d'actions 2023 d'ADT, qui a été construit dans un esprit de continuité par rapport aux chantiers structurants engagés les années précédentes et d'innovation. Il est résolument mis au service de la Stratégie Touristique de la Destination Alsace et au bénéfice de la priorité de communication arrêtée pour 2023 (la gastronomie).

Le montant de participation de la CeA pour chaque action est également précisé.

Au total, cela représente un soutien de la Collectivité européenne d'Alsace à hauteur de **4 205 000 €** (près de 80 % du budget total d'ADT). Il est à noter qu'un montant de 105 000 € est fléché pour l'organisation de l'édition 2023 du salon de l'Agriculture à Paris.

Pour mémoire, il est rappelé que la Collectivité européenne d'Alsace met à disposition d'ADT des locaux au sein de l'Hôtel de la Collectivité européenne d'Alsace de Strasbourg depuis le mois de décembre 2018 et un bâtiment sis rue Schlumberger à Colmar. Les charges de fonctionnement de ces locaux restent à la charge d'ADT.

Au vu de ce qui précède, je vous propose :

- d'approuver les termes du contrat cadre de partenariat portant sur l'attribution d'une subvention de fonctionnement pour l'année 2023, joint en annexe au présent rapport, à conclure entre la Collectivité européenne d'Alsace et Alsace Destination Tourisme et de m'autoriser à le signer ;
- d'attribuer une subvention de fonctionnement de 4 205 000 € à Alsace Destination Tourisme, pour la mise en œuvre de son programme d'actions 2023, dont 105 000 € pour l'organisation de l'édition 2023 du Salon de l'Agriculture à Paris ;

- de prélever les crédits correspondants sur les imputations budgétaires suivantes :
  - opération P0590002 - chapitre 65 - nature 65748 - fonction 633 pour un montant de 4 100 000 €,
  - opération P0590016 - chapitre 65 - nature 65748 - fonction 633 pour un montant de 105 000 €.

Les modalités de versement de la subvention sont précisées dans le contrat cadre de partenariat joint en annexe.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.

LE PRESIDENT



Frédéric BIERRY