

## Détail des organismes soutenus

### 1. Clévacances Alsace

Clévacances France est une association nationale qui assure la promotion et la commercialisation de locations saisonnières. Elle délivre une notation aux logements proposés à la location par ses adhérents et leur donne des conseils.

Le label Clévacances compte plus de 11 000 locations-gîtes et 2 000 chambres d'hôtes ; ce qui représente en 2022 plus de 10 000 propriétaires en France.

L'association Clévacances Haut-Rhin avait été créée en 2008, pour représenter la Fédération nationale. Dans le Bas-Rhin, le label Clévacances était géré par l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin. Du fait de la création d'Alsace Destination Tourisme, l'association Clévacances a souhaité n'avoir également qu'une seule entité, en élargissant l'objet de l'association haut-rhinoise au périmètre alsacien et en l'ouvrant aux adhérents bas-rhinois. L'association Clévacances Alsace a ainsi vu le jour en janvier 2019.

Clévacances Alsace gère le label « Clévacances » pour l'Alsace, qui compte à ce jour 248 propriétaires (226 en 2022) offrant 323 meublés, 39 chambres d'hôtes et de nouveaux hébergements : 11 hébergements insolites (roulotte, cabane, etc.) et 4 habitats légers de loisirs (dans les campings). Clévacances Alsace a aussi un partenariat avec une agence immobilière qui gère 8 biens.

L'association a un rôle important de conseil auprès des hébergeurs que ce soit dans la promotion et la commercialisation de leur hébergement, mais aussi dans le développement de l'aspect qualitatif de leur offre. Elle assure également la promotion de ces hébergements et leur commercialisation, à travers un site internet national (*un nouveau site devrait voir le jour en 2023 et sera connecté aux autres grandes plateformes telles Booking*) et des réseaux sociaux alsaciens. En 2022, l'association a bénéficié d'un reportage télévisé sur France 2.

En 2020 et 2021, du fait de la crise sanitaire, les parcs locatifs national et alsacien se sont érodés (perte d'une cinquantaine de propriétaires pour l'Alsace). En effet, la situation a incité certains propriétaires âgés à arrêter et d'autres à louer leur hébergement à l'année. Afin de rassurer les hébergeurs et d'accueillir leurs clients en sérénité, Clévacances avait mis en place un protocole sanitaire, ainsi que des formations.

En 2022 et en ce début d'année 2023, certains propriétaires qui étaient passés en location à l'année reviennent à la location saisonnière. De plus, on assiste à une montée en gamme : les nouveaux hébergements sont plus qualitatifs et offrent de nouveaux services, comme des espaces bien-être, afin de répondre aux nouvelles attentes des clients.

La politique de Clévacances est d'offrir des hébergements de qualité, qui répondent aux attentes des clients. Clévacances n'est pas en concurrence avec Gites de France ; les associations ont des stratégies de commercialisation différentes, mais leur objectif commun est de proposer des hébergements de qualité.

Par exemple, en 2021 et 2022, Clévacances a lancé une démarche de fidélisation des propriétaires avec des offres préférentielles négociées auprès d'entreprises alsaciennes pour améliorer la qualité de leur hébergement (photos, énergies, espaces verts, aménagement d'intérieur, etc.).

De plus, des journées d'information et des webinaires ont été organisés sur les thématiques suivantes : les chèques vacances, la création de page Facebook, la réservation en ligne, la configuration des tarifs.

Des visites de contrôle sont aussi effectuées tous les cinq ans, pour accompagner les propriétaires dans cette démarche qualitative.

Clévacances Alsace assure également le classement ministériel des meublés alsaciens, aux côtés de Gîtes de France, d'Alsace Destination Tourisme et d'organismes privés.

En 2022, 313 hébergements ont ainsi été visités par Clévacances : 63 dans le cadre du label et 250 dans le cadre du classement.

Pour 2023, l'association porte plusieurs actions de communication et de partenariat :

- Travail de promotion avec Alsace Destination Tourisme et des influenceurs pour alimenter ses réseaux sociaux.
- Organisation de journées découvertes dans les Offices de Tourisme, destinées aux porteurs de projets pour valoriser les atouts d'une labellisation et d'une classification.
- Organisation de rencontres pour aborder les thématiques de la conciergerie et de la décoration d'intérieur.
- Apport de conseils sur les outils numériques.
- Sollicitation de la presse pour accroître la notoriété du label.
- Continuer le démarchage des comités d'entreprises pour élargir sa cible.
- Prospection commerciale pour accroître le parc locatif, via des webinaires prospectifs, du démarchage téléphonique et du porte-à-porte.

## 2. Gîtes de France du Bas-Rhin et du Haut-Rhin

Le Relais Départemental du Tourisme Rural du Bas-Rhin (*plus connu sous l'appellation des Gîtes de France du Bas-Rhin*) et l'association des Gîtes Ruraux de France et du Tourisme Vert du Haut-Rhin (*plus connue sous l'appellation des Gîtes de France du Haut-Rhin*) sont les représentants locaux de la Fédération Nationale des Gîtes de France (gîtes, chambres d'hôtes, citybreak, camping à la ferme, ...).

Leur mission première est de développer de l'hébergement en milieu rural, permettant ainsi de valoriser le patrimoine bâti, de dynamiser l'attractivité locale et de contribuer à la lutte contre la désertification rurale.

Gîtes de France est une marque bien présente sur le plan national. Le contexte de ces deux dernières années a incité les Français à voyager en France et à séjourner au vert. Les médias ont également apporté de la visibilité en communiquant sur cette tendance.

Les deux associations ont un rôle important de conseil auprès des hébergeurs, notamment dans le développement de l'aspect qualitatif de leur offre.

Des visites de contrôle sont aussi effectuées tous les cinq ans, pour accompagner les propriétaires dans cette démarche qualitative.

Elles assurent également le classement des meublés alsaciens, aux côtés de Clévacances, d'Alsace Destination Tourisme et d'organismes privés.

La commercialisation des offres est assurée pour chacune par une société, l'EURL Loisirs et Tourisme Vert en Alsace pour le Bas-Rhin et la SASU Destination Haute-Alsace pour le Haut-Rhin. La commercialisation ne peut pas être effectuée par une association. La séparation des activités et des comptabilités est un choix afin de ne pas contraindre leurs adhérents avec l'application de la TVA sur leurs cotisations.

En 2022, un grand travail a été mené pour mettre en place un seul site Internet Gîtes de France Alsace en acquérant un outil spécifique et en démarrant une commercialisation commune (travail sur les offres et la réservation).

Les deux associations ont enregistré une baisse globale de fréquentation d'environ 40 % en 2020 par rapport à 2019.

Durant ces deux années, elles ont aussi perdu des adhérents, car certains exploitants âgés ont arrêté leur activité, motivés par le contexte, d'autres ont vu leur activité baisser et ont

préférés vendre et d'autres sont passés à la location à l'année pour avoir davantage de revenus. Leur nombre d'adhérents est reparti à la hausse en 2021 et est maintenant stabilisé.

Depuis 2021, les Gîtes de France 67 et 68 ont retrouvé un volume d'activité équivalent à 2019. En 2022, les Gîtes de France 67 ont même enregistré une hausse de 21 % par rapport à 2021 ; ce qui confirme l'engouement pour le tourisme rural.

### 2.1. Le Relais Départemental du Tourisme Rural du Bas-Rhin

L'association gère environ 730 hébergements pour 600 propriétaires adhérents.

Pour 2023, l'association participe à l'opération « porteur de projet » : opération nationale de communication auprès des propriétaires d'hébergement ayant un projet de création de gîte (réunions en webinaire, campagnes de publicité, portes ouvertes bureau et gîtes, etc.).

### 2.2. L'association des Gîtes de France et du Tourisme Vert du Haut-Rhin

L'association gère environ 750 structures pour 573 propriétaires adhérents.

L'association est engagée dans le tourisme durable et expérientiel via l'incitation des propriétaires à créer des Ecogites et des gîtes Panda, à proposer des bornes pour voitures électriques et des hébergements insolites.

Les projets prévus pour l'année 2023 sont les suivants :

- Opération « porteur de projet ».
- Mise en place de parrainage : réduction sur la cotisation pour les adhérents actuels parrainant un nouvel adhérent.

## 3. La Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige

Créé en 1964, le label « Station Verte » est attribué à des communes touristiques dédiées à la nature, au ressourcement, à la valorisation des terroirs et aux activités de loisirs en tous genres.

La Fédération Française des Stations Vertes de Vacances et des Villages de Neige a pour mission principale le développement du tourisme au profit des communes de l'espace rural.

Elle compte 482 Stations Vertes de Vacances dont 22 Villages de Neige et 22 Stations Pêche répartis dans 85 départements et la Nouvelle-Calédonie.

23 communes alsaciennes bénéficient de ce label : Barr, Châtenois, Dossenheim-sur-Zinsel, Kintzheim, La Petite-Pierre, Le Hohwald, Lembach, Marlenheim, Morsbronn-les-Bains, Niederbronn-les-Bains, Oberbronn, Oberhaslach, Ottrott, Saâles, Urmatt, Wangenbourg-Engenthal, Wasselonne, Wissembourg, Eguisheim, Ribeauvillé / Hunawihr, Rouffach, Soultzmatt-Wintzfelden, Munster.

La Fédération a pour but de devenir le 1<sup>er</sup> réseau des destinations écotouristiques. Pour cela, depuis 2013 et l'adoption d'une démarche qualité tournée vers l'écotourisme, la Fédération travaille avec ses adhérents sur un référentiel d'auto-évaluation. Ce dernier permet à chaque commune d'identifier des marges de progrès personnalisées.

Elle travaille en partenariat avec les institutionnels du tourisme : ADN Tourisme, Association des Maires de France, Fédération Française de Camping et de Caravaning, Association des Maires Ruraux de France, Fédération Nationale de la Pêche, Fédération des

Parcs, etc.

Actions phares pour 2023 :

- partager les bonnes pratiques écotouristiques,
- accompagner les acteurs sur le développement du loisir pêche,
- accompagner les acteurs des territoires sur la co-construction d'escapades en Stations Vertes,
- actions de webmarketing.

#### 4. La Ronde des Fêtes

Créée en 1982, la Ronde des Fêtes est une fédération qui comprend plus de 50 associations adhérentes, réparties sur une cinquantaine de communes, pour la plupart dans le Haut-Rhin, mais aussi dans le Bas-Rhin et quelques-unes sur les territoires limitrophes.

L'association a un rôle de fédération et d'impulsion, faisant vivre des fêtes traditionnelles et des dynamiques locales, à travers les missions suivantes menées par un salarié :

- promotion des manifestations, grâce à plusieurs outils de communication (site Internet <https://www.rondedesfetes.fr/>, brochure, affiches, spots publicitaires, articles de presse, etc...), dans toute l'Alsace, la Suisse, l'Allemagne, le Territoire de Belfort,...
- mise à disposition de matériel ;
- services et conseils aux membres de la Ronde des Fêtes, dont l'organisation de colloques et de forums et l'édition d'un guide pratique.

En 2019, elle a fait la promotion de plus de 60 fêtes, qui ont fédéré plus de 500 associations. En 2020, une seule fête a eu lieu, sur 50 prévues, du fait de la crise sanitaire. En 2021, 18 fêtes ont pu se tenir à compter du mois d'août.

En 2022, l'organisation de 47 fêtes qui ont attiré plus de 600 000 spectateurs et ont fédéré plus de 3 000 bénévoles a rassuré l'association dans son rôle de soutien au bénévolat, indispensable pour maintenir les fêtes traditionnelles des villages.

En 2022, l'organisation de 47 fêtes qui ont attiré plus de 600 000 spectateurs et ont fédéré plus de 3 000 bénévoles a rassuré l'association dans son rôle de soutien au bénévolat, indispensable pour maintenir les fêtes traditionnelles des villages.

Voici quelques-unes des manifestations soutenues par l'association en 2022 : Ludo'Florie à Saint-Louis, le Corso Fleuri à Sélestat, la Fête de l'Amitié à Fessenheim, la Fête des Vins à Pfaffenheim, la Foire de la Route des Vins d'Alsace à Jungholtz, le Pfifferdaj à Ribeauvillé, les Médiévales à Rixheim, le Festi'Neuf à Village-Neuf, le Vélo Gourmand à Rouffach, plusieurs marchés de Noël, etc...

Chaque année, elle organise un colloque à l'attention des bénévoles et des communes. Le thème 2023 portera sur « la sécurité pour tous, avant tout », afin de les former sur la responsabilité des dirigeants, mais aussi sur le recrutement des jeunes bénévoles.

L'association s'est engagée dans des fêtes plus respectueuses de l'environnement en remplaçant ses 50 000 m linéaires de nappes de table plastique distribuées aux associations par des nappes en papier recyclable.

Concernant sa stratégie de développement, la structure souhaite amplifier ses recherches d'adhérents dans le Bas-Rhin, afin d'avoir une répartition de fêtes sur toute l'Alsace. Elle souhaite également amplifier sa communication vers les plus jeunes.