



# PACTE DE DESTINATION ALSACE ANNEE 2019

## Préambule

La Région Grand Est a fait le choix, à travers sa politique de développement du tourisme, de s'appuyer sur la notoriété de ses 5 destinations touristiques, que sont l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, les Vosges et la Lorraine et de croire fortement en la capacité des acteurs du tourisme de travailler ensemble, de mutualiser les moyens, d'innover afin d'asseoir la réputation de leur destination touristique.

Les cinq destinations du Grand Est portent les valeurs du tourisme de sens, d'expérience et de partage qui sont mises en avant dans le cadre du Schéma régional de développement du tourisme. Elles proposent une offre non standardisée répondant à une demande d'authenticité et d'hyper personnalisation des expériences de visite au travers de thématiques signature comme l'itinérance, l'oenotourisme et la gastronomie, la mémoire, la nature, le patrimoine et la culture, le thermalisme et le bien-être.

La richesse marketing et la diversité territoriale de la Région Grand Est obligent à des réflexions stratégiques innovantes à l'échelle des destinations touristiques afin de donner à celles-ci toute leur puissance et leur capacité d'actions. Les cinq destinations structurent l'espace touristique régional et constituent une véritable opportunité qui permet de poser les bases d'une organisation territoriale performante.

En structurant son organisation touristique autour du principe de destinations, la Région Grand Est renforce une réalité identitaire de territoire perçue par le touriste.

Ces destinations pertinentes correspondent à la fois à des logiques marketing et à des logiques de mutualisation des ressources du territoire et c'est un enjeu important dans le cadre du Schéma Régional de Développement du Tourisme. L'innovation viendra notamment de la capacité des acteurs publics et privés à coordonner et concentrer leurs ressources humaines et financières à l'échelle de ces destinations.

Cette organisation permettra de renforcer l'écosystème touristique régional.

Il y a donc un véritable intérêt à imaginer une approche dynamique des destinations entre elles de manière à permettre à tous les territoires de s'inscrire dans cette logique de destination.

L'enjeu est vraiment de proposer pour chaque territoire, pour chaque acteur du tourisme, un cadre coopératif d'actions qui permette de vraies stratégies publiques – privées.

La logique de destinations doit, par ailleurs, permettre aux acteurs publics de concentrer leurs efforts en mutualisant les outils en place et en développant de nouveaux services propres à chaque destination.

**L'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est** assure les missions suivantes :

- promouvoir et coordonner des actions de promotion touristique de la région Grand Est au niveau régional, national et international (Code du tourisme, Art. L.131-5 et -8 al. 2) et notamment des cinq destinations touristiques (l'Alsace, l'Ardenne, la Champagne, la Lorraine et les Vosges) et des six thématiques signatures du Grand Est (tourisme de mémoire, itinérance, tourisme patrimonial et culturel, oenotourisme et gastronomie, tourisme de nature, thermalisme et bien être) ;
- mettre en œuvre des actions touristiques d'intérêt interrégional, national ou international (Code du tourisme, Art. L.131-6) ;
- mettre en œuvre des actions relevant de la politique touristique régionale dans le domaine des études, de la planification, de l'aménagement et de l'équipement, des aides aux hébergements, prestataires touristiques, des assistance techniques à la promotion et à la commercialisation ainsi que la formation professionnelle.

Le Comité Régional du Tourisme assure le suivi des actions ainsi engagées (Code du tourisme, Art. L.131-8) ;

- renforcer l'attractivité générale du Grand Est, par délégation de la Région Grand Est, sur la scène nationale et internationale en s'appuyant sur son portefeuille de marques et l'ensemble des éléments de l'attractivité ;
- observer, analyser, anticiper les évolutions du secteur touristique au service des professionnels du tourisme de la région ;
- assurer des missions de formation des professionnels du tourisme et de l'accueil touristique notamment ;

- contribuer au développement de la filière écotourisme pour l'ensemble des cinq destinations touristiques du Grand Est ;
- émettre un avis technique et jouer un rôle de conseil, à la demande du Conseil régional, sur les demandes de subvention concernant des équipements et hébergements touristiques ;
- innover, accompagner les acteurs et concevoir des idées nouvelles pour répondre aux attentes des visiteurs des cinq destinations du Grand Est notamment en matière de solutions digitales ;
- accompagner la commercialisation de prestations de services touristiques, offrir des produits à la vente, commercialiser et fournir des services en rapport avec ses activités, par dérogation à l'article L.442-7 du Code du commerce ;
- accompagner la politique d'embellissement des destinations du Grand Est ;
- apporter son concours à la réalisation d'événements d'envergure régionale destinés à renforcer la notoriété des destinations de la Région Grand Est.

**Le périmètre de la Destination Alsace** correspond au périmètre de la Collectivité Européenne d'Alsace, qui sera créée au 1er janvier 2021. En matière de tourisme, les accords de Matignon prévoient que *la Collectivité Européenne d'Alsace, outre sa capacité d'animation de la « marque Alsace », gérée par l'ADIRA, coordonnera la politique du tourisme sur son territoire en lien avec les autres collectivités et les acteurs du secteur. Elle animera à ce titre la Destination Alsace, en cohérence avec le Schéma Régional de Développement du Tourisme.* Cette coordination entre collectivités s'exercera dans le cadre d'une gouvernance politique et technique commune et sera assurée par l'Agence Alsace Destination Tourisme.

Cette compétence particulière, fruit de la différenciation territoriale s'inscrit dans une histoire particulière : l'Alsace dispose d'une marque territoriale partagée depuis 2012 et d'une marque de Destination VisitAlsace depuis 2019. En outre, la destination Alsace est classée par Atout France dans la catégorie des Marques Monde.

En janvier 2019, les Présidents de la Région et des Départements alsaciens ont exprimé leur volonté de contribuer conjointement en matière d'attractivité et de tourisme dans une démarche renouvelée de coopération.



Les fondamentaux de l'accord trouvé sur les politiques touristiques portent sur :

- La confirmation de l'échelon alsacien en matière d'animation, au travers de l'intégration des personnels du Pôle Qualité Accueil de l'Agence de l'Attractivité de l'Alsace au sein d'Alsace Destination Tourisme
- La création d'un observatoire commun qui permettra de relever les défis de l'open data et de croiser l'ensemble des données, notamment économiques et touristiques, indispensables à la vitalité du territoire alsacien et régional en le dotant notamment du LEI
- Le renouvellement de la gouvernance de d'Alsace Destination Tourisme par la participation financière de la Région

**Dans ce contexte, le présent Pacte s'inscrit dans la cohérence des différentes étapes de la construction d'un nouveau modèle de coopération.**

## Table des matières

<b>Première partie :</b> .....	6
<b>Convention cadre du Pacte de Destination Alsace</b> .....	6
Article 1 : Objet .....	7
Article 2 : Partenariat .....	7
Article 3 : Stratégie touristique .....	8
Article 4 : Plan d'actions.....	8
Article 5 : Modalités de co-financement .....	9
Article 6 : Pilotage et suivi du Pacte de Destination .....	9
Article 7 : Durée .....	10
Article 8 : Modification du Pacte .....	10
Article 9 : Résiliation du Pacte .....	10
Article 10 : Litiges .....	11
<b>Deuxième partie :</b> .....	12
<b>La stratégie marketing de la destination Alsace</b> .....	12
Les valeurs de la destination Alsace .....	12
Les thématiques prioritaires de la destination : .....	13
Les clientèles cibles : .....	13
<b>Annexe 1 :</b> .....	14
<b>Le plan prévisionnel d'actions 2019 du Pacte de Destination Alsace</b> .....	14

## Première partie :

# Convention cadre du Pacte de Destination Alsace

- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n°18SP-416, du 29 mars 2018, approuvant le Schéma régional de Développement du Tourisme 2018-2023
- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n°19CP-269, du 8 février 2019, approuvant la convention 2019 avec l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est,
- Vu la délibération du Conseil Régional Grand Est n° 19SP-1225, du 21 juin 2019, approuvant le présent Pacte,
- Vu la délibération du Conseil départemental du Bas-Rhin n° CP/2019/045 du 8 juillet 2019 approuvant le présent Pacte,
- Vu la délibération du Conseil départemental du Haut-Rhin n°..., du ....., approuvant le présent Pacte,

Il a été convenu ce qui suit entre :

- le Conseil Régional Grand Est,
- l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est (ARTGE),
- Alsace Destination Tourisme,
- Conseil départemental du Bas-Rhin,
- Conseil départemental du Haut-Rhin,
- La Ville de Strasbourg,
- L'Office de Tourisme de Strasbourg,
- La Ville de Colmar,
- Colmar Agglomération,
- La Ville de Mulhouse,
- Mulhouse Alsace Agglomération (M2A),
- L'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse et sa Région,
- Le Parc du Petit Prince,
- Le Parc Zoologique et Botanique de Mulhouse,
- La Cité du Train de Mulhouse,
- La Cité de l'Automobile de Mulhouse,
- L'Ecomusée d'Alsace,
- Convention Bureau de Strasbourg.

## Article 1 : Objet

La présente convention est conclue entre les parties pour déterminer les modalités du soutien accordé par la Région Grand Est aux actions du Pacte de Destination Alsace.

Elle définit les objectifs et les engagements réciproques des Parties pour l'exécution, le suivi et l'évaluation du Pacte de Destination Alsace.

Le Pacte de Destination traduit les points de rencontre entre les priorités marketing portées par les signataires de la destination.

La finalité, partagée par les Parties à la présente convention, est de renforcer l'attractivité touristique de la région à travers ses cinq destinations.

## Article 2 : Partenariat

### Principes généraux

Les Parties s'entendent pour mettre en œuvre, dans le cadre du présent Pacte de Destination, les plans d'actions décidés en comité local de destination, dans le respect de leurs politiques respectives en faveur du développement touristique.

### Objectifs

Le Pacte de Destination correspond à l'identification d'orientations marketing partagées. Il a pour objectif de renforcer la convergence et la synergie des politiques et des interventions publiques et privées en matière de marketing touristique.

### Mise en œuvre

Les Parties conviennent de définir chaque année un plan d'actions concerté avec l'ensemble des acteurs touristiques de la Destination, ainsi qu'un plan de financement prévisionnel correspondant.

L'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est et le Conseil Régional Grand Est exercent ensemble la responsabilité du pilotage du Pacte de Destination Alsace.

Les pactes de Destination ont été initiés par la Région Grand Est. Ce sont des accords de stratégie Marketing, entre différents partenaires, publics et privés.

Les accords de Matignon, qui prendront effet au 1<sup>er</sup> janvier 2021, prévoient que la coordination et l'animation de la Destination Alsace, s'exercera par la Collectivité Européenne d'Alsace, en lien avec les autres collectivités et les acteurs du secteur et en cohérence avec le Schéma Régional de développement du Tourisme Grand Est.

De manière transitoire dans l'attente de l'application des accords de Matignon, le Pacte de Destination 2019-2020, sera co-gouverné par les 2 Agences : l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est et Alsace Destination Tourisme.

Les actions identifiées comme répondant à la stratégie marketing touristique commune, définie dans le présent Pacte, feront l'objet d'un financement de l'Agence Régionale du Tourisme du Grand Est à hauteur de 50%, plafonné à 500 000€ pour 2019, les 50% restant seront financés par les partenaires du Pacte.

Le plan de financement sera débattu avec l'ensemble des financeurs potentiels de la destination lors de la préparation du plan d'action de l'année suivante, tel que prévu dans l'article 5.

Ces orientations et actions sont cohérentes avec la Stratégie d'Innovation et de Développement Tourisme de l'Alsace 2017-2021, arrêtée par les Conseils départementaux du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, après concertation avec les acteurs touristiques des territoires. Associée à la constitution de cette stratégie, la Région a retenu, dans son Schéma, des filières signatures ajustées à celles de la stratégie précitée.

### Article 3 : Stratégie touristique

Les parties se sont accordées pour faire coïncider leurs actions et les stratégies touristiques telles que définies dans le Schéma régional de développement du tourisme Grand Est, <https://www.grandest.fr/politiques-publiques/srdt>, dans la Stratégie d'Innovation et de Développement Tourisme de l'Alsace 2017-2021 : <https://www.alsace-destinationtourisme.com/presentation/strategie-2017-2021.htm> ainsi que dans la stratégie marketing de destination.

### Article 4 : Plan d'actions

Deux grands types d'actions seront soutenus dans le cadre des Pactes de destination :

- les actions de communication ;
- les actions socle marketing (portail de destination, gestion de la relation client, animation de la marque de destination, magazine de destination, etc.).

Les projets seront appréciés au sein du comité local de destination (dont la mise en place définitive est prévue courant 2019) au regard des critères suivants :

- la cohérence par rapport à la stratégie régionale de développement du tourisme et la Stratégie d'Innovation et de Développement Tourisme de l'Alsace 2017- 2021,
- la cohérence par rapport à la stratégie marketing de la destination et au plan marketing défini par Alsace Destination Tourisme en relation avec la Région,
- la cohérence par rapport à la stratégie marketing de la destination,
- l'impact sur l'attractivité du territoire,
- l'articulation avec les autres démarches territoriales en cours,
- la participation des partenaires à son élaboration.
- l'évolution réglementaire de la compétence tourisme liée au projet de loi relatif à l'évolution des compétences de la CEA.



## Article 5 : Modalités de co-financement

Le comité local de destination, quand il sera mis en place, validera le plan d'action annuel ou pluriannuel, sur la base de la stratégie de la destination, avec une articulation entre les grandes actions de communication, les actions socle marketing et les actions de communication spécifiques.

Il établit le budget prévisionnel pour lequel la Région Grand Est abondera à 50% via son Agence Régionale du Tourisme dans le cadre de sa convention d'objectifs annuelle, dans la limite de 500k€, les 50% restant seront cofinancés par les partenaires du Pacte.

## Article 6 : Pilotage et suivi du Pacte de Destination

Le pilotage et le suivi du Pacte de Destination sont assurés par le **comité local de destination** (qui sera mis en place au courant de l'année 2019) composé par deux instances :

### **Le comité stratégique local de destination**

Réunissant les élus des collectivités signataires du Pacte de Destination et les représentants des partenaires privés signataires du Pacte, le comité stratégique local de destination décide de la stratégie à mettre en œuvre.

En 2019, il est co-présidé par le Président du Conseil Régional ou son représentant et par un représentant d'un membre du comité stratégique de destination.

Il est le lieu de dialogue autour des priorités partagées entre les Parties. Il assurera un suivi régulier de l'avancée de la stratégie commune sur la base des outils de suivi mis en place par le comité technique de destination. Il se réunira au moins une fois par an, et autant que nécessaire pour le bon déroulement du Pacte de Destination 2019.

### **Le comité technique local de destination**

Co-piloté en 2019 par l'ART et ADT, il réunit les techniciens représentant des Parties de la destination (techniciens de la Région Grand Est et de l'Agence Régionale Grand Est, techniciens des Départements et ADT et techniciens des EPCI et OT concernés ainsi que les partenaires privés), le comité technique contribue à l'animation continue du dispositif partenarial mis en place par la Région au titre de sa politique de Pacte de Destination.

Il permet le dialogue, l'échange et la communication sur les attentes des Parties. Il permet de préparer les Comités stratégiques de Destination.

Le rôle du comité technique est de préparer la programmation annuelle N+1 et d'échanger les informations nécessaires à la bonne compréhension des projets déposés à la programmation.

Une fois mis en place, le comité technique local de destination se réunit au moins une fois par an, et autant que de besoin, pour :

- faire le bilan des actions et du plan de financement N-1
- formuler des avis sur les programmes d'actions prévisionnel et financier N, et par là, en fonction des besoins, envisager les mesures correctives à apporter aux actions, adapter la hiérarchisation des enjeux en fonction de l'évolution du contexte, débattre de l'affectation des moyens financiers...
- préparer la programmation annuelle N+1
- rendre compte annuellement de l'état de réalisation du Pacte de Destination.

### **Le manager de destination**

Le manager de destination est d'une part responsable de la mise en œuvre du Pacte et de la cohérence des actions menées et d'autre part veille par son animation et le développement de nouveaux projets sous forme d'avenants. Dans le cadre particulier de la destination Alsace, l'ADT est identifiée dans les accords de Matignon pour assumer ce rôle à compter de 2021.

En 2019, de manière transitoire et concertée, il est convenu la répartition suivante :

- Responsabilité de la mise en œuvre du Pacte et de la cohérence des actions menées : *Agence Régionale du Tourisme Grand Est.*
- Animation du Pacte : *Alsace Destination Tourisme*

Un travail concerté entre ART et ADT pourra s'effectuer afin de préparer la gouvernance de 2021.

## Article 7 : Durée

La présente convention acquiert caractère exécutoire à compter de sa notification aux parties jusqu'au 30 juin 2020.

La deuxième partie du présent pacte, comprenant le plan d'actions est modifiable par avenant.

## Article 8 : Modification du Pacte

Les modifications qui s'avèreraient nécessaires feront l'objet d'avenants négociés et signés par les parties contractantes.

## Article 9 : Résiliation du Pacte

En cas de non-respect, par l'une ou l'autre partie des engagements respectifs inscrits dans la présente convention et ses annexes, en cas de non-exécution, de retard significatif ou de modification substantielle des conditions d'exécutions de la convention, celle-ci pourra être résiliée de plein droit par l'une ou l'autre partie à l'expiration d'un délai de trois mois suivant l'envoi d'une lettre recommandée avec accusé de réception.



## Article 10 : Litiges

Tout litige susceptible de naître à l'occasion de la présente convention sera porté, à défaut d'accord amiable entre les parties, devant le Tribunal administratif de Strasbourg.

Pour la Région Grand Est,	Pour l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est,	Pour Alsace Destination Tourisme
Conseil départemental du Bas-Rhin,	Conseil départemental du Haut-Rhin,	Pour la Ville de Strasbourg,
Pour l'Office de Tourisme de Strasbourg,	Pour la Ville de Colmar,	Pour Colmar Agglomération,
Pour la Ville de Mulhouse,	Pour Mulhouse Alsace Agglomération,	Pour l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse et sa Région,
Pour le Parc du Petit Prince,	Pour le Parc Zoologique et Botanique de Mulhouse,	Pour la Cité du Train de Mulhouse
Pour la Cité de l'Automobile de Mulhouse	Pour l'Ecomusée d'Alsace	Pour le Convention Bureau de Strasbourg

## Deuxième partie : 2019

# La stratégie marketing de la destination Alsace

### Les valeurs de la destination Alsace

**Le projet proposé pour le volet I du Pacte de Destination Alsace 2019** s'appuie sur une offre « pilier » du territoire ; « Noël en Alsace » qui :

- s'attache à valoriser le tourisme expérientiel et les offres « premiums » ;
- est au cœur de l'ADN de l'Alsace, de son histoire, de son patrimoine matériel et immatériel, de ses traditions vivantes et de son sens du partage ;
- dans le contexte tragique du Noël 2018, se doit de rappeler au monde son caractère universel porteur de valeurs humanistes.

Il est positionné sur le premier marché lointain en termes d'accueil des clientèles sur le territoire alsacien : les Etats-Unis.

Il doit permettre de communiquer sur le tourisme en Alsace au-delà de Noël en mettant en lumière les autres points forts du tourisme alsacien et à toutes les saisons : patrimoine, culture, gastronomie, oenotourisme, nature.

**Le projet proposé pour le volet II du Pacte de Destination Alsace 2019** s'appuie sur une offre « famille », sur un territoire riche en tourisme ludique, récréative, pédagogique et culturel. Il va s'attacher à valoriser :

- le tourisme expérientiel et récréatif à destination des familles,
- la richesse unique au monde du patrimoine culturel, historique et récréatif du Sud Alsace,
- la destination du Sud Alsace auprès d'une clientèle familiale dans le Grand Est, en France de proximité, en Suisse de proximité et en Allemagne.

**Le projet proposé pour le volet III du Pacte de Destination Alsace 2019** s'appuie sur une stratégie d'influence digitale et d'image en :

- poursuivant le travail entrepris en 2018 en collaboration entre ADT et ARTGE sur la ligne éditoriale de la Destination Alsace,
- s'attachant à produire du contenu à forte valeur ajoutée autour d'expériences « piliers » du territoire,
- en enrichissant la plate-forme visit.alsace de contenu inspirationnel et expérientiel à destination de tous les publics, locaux, nationaux et internationaux,
- en travaillant sur la perception de nos cibles pour favoriser la bonne e-réputation de la Destination Alsace,

Cette stratégie coordonnées de contenus à vocation digitale seront produits et diffusés de façon segmentée.



## Les thématiques prioritaires de la destination :

Tourisme patrimonial et culturel (dont événementiels) de mémoire et transfrontalier  
Oenotourisme et gastronomie  
Tourisme de Nature, itinérance dont Alsace à vélo

## Les clientèles cibles :

Marchés de proximité : France, Allemagne, Belgique, Suisse.  
Marchés Européens : Italie, Espagne, Pays-Bas, Israël.  
Marchés lointains pour l'ART : États-Unis, Chine, Japon, Russie, Canada, Proche et Moyen Orient, Asie du Sud-Est.

## **Annexe 1 :**

# **Le plan prévisionnel d'actions 2019 du Pacte de Destination Alsace**

### **Volets du Pacte de Destination Alsace**

#### **Volet I – Marchés Lointains (Etats-Unis) « Événementiel Noël en Alsace à New-York »**

Le pilote mentionné dans le tableau de l'annexe 1 est le donneur d'ordre.

Le pilote mentionné dans le tableau de l'annexe 1 est payeur à hauteur de 50 % des sommes engagées.

Les partenaires (privés et publics) impliqués financièrement dans ces actions seront destinataires d'un appel de fonds, émis par l'animateur, correspondant à leur quote-part.

Les partenaires régleront le montant dû directement à l'animateur dans un délai de 30 jours à réception de cet appel de fonds.

Certains partenaires pourront être payeurs directs de certaines prestations à hauteur de leur participation dans le Pacte.

La somme des différentes participations financières des partenaires (soit par appel de fonds, soit en règlement direct) tendra à atteindre 50% du montant total TTC de l'action mise en œuvre.

#### **Volet II – Marchés de Proximité (France, Allemagne, Suisse) « Campagne de Communication Famille Sud Alsace »**

Le pilote mentionné dans le tableau de l'annexe 1 sera le donneur d'ordre et payeur pour 50 % de ces actions.

Les partenaires (privés et publics) impliqués financièrement dans cette action seront destinataires d'un appel de fond, émis par l'animateur, correspondant à leur quote-part. Les partenaires régleront le montant dû directement à l'animateur.

L'ART GE sera payeur à hauteur de 50% des frais engagés dans le cadre de cette campagne. Le règlement sera effectué directement auprès des prestataires par l'ARTGE après émission des bons de commande correspondant à chaque prestation (par l'ART GE).

#### **Volet III – Stratégie d'influence digitale – Marketing de Contenu**

Le pilote mentionné dans le tableau de l'annexe 1 est le donneur d'ordre et payeur à hauteur de 50 % des sommes engagées, actées d'un commun accord avec l'ARTGE.

L'ART GE sera payeur à hauteur de 50% des frais engagés dans le cadre de cette stratégie. Le règlement sera effectué directement auprès des prestataires par l'ARTGE après émission des bons de commande correspondant à chaque prestation (par l'ART GE).

Année 2019	Budget souhaité	Financement régional	Co-financeurs	Pilote
<b>VOLET I Marchés Lointains (Etats- Unis) « Événementiel Noël en Alsace à New-York »</b>	706 000 €	353 000 €	<b>TOTAL 353 000 €</b> Ville de Strasbourg et Office de Tourisme de Strasbourg, Eurométropole (218 000 €) Ville de Colmar, Colmar Agglomération (50 000 €) Ville de Mulhouse, Mulhouse Alsace Agglomération (m2A) (75 000 €), Alsace Destination Tourisme (10 000 €)	ARTGE
<b>Volet II Marchés de Proximité (F, D, CH) « Campagne de Communication Famille Sud Alsace »</b>	164 000 €	82 000 €	<b>TOTAL : 82 000 €</b> Mulhouse Alsace Agglomération (12 000 €) Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse, Parc du Petit Prince, Parc Zoologique et Botanique de Mulhouse, Cité du Train de Mulhouse, Cité de l'Automobile de Mulhouse, Ecomusée d'Alsace (70 000 €)	M2 A
<b>Volet III Stratégie d'influence digitale &amp; Marketing de Contenu</b>	130 000 €	65 000 €	<b>TOTAL : 65 000 €</b> Alsace destination Tourisme (65 000 €)	ADT

**Budget prévisionnel pour les trois actions : 1 000 000 €, plafonné à 500 K€ pour l'ART.**