

**Programme d'actions et budget
de l'A.D.T. pour 2012**

Service gestionnaire du dossier :
Direction du Développement Economique Territorial et International

SOMMAIRE

1. Programme d'actions et budget 2012	
1.1. Le contexte	2
1.2. La poursuite des efforts de contraction des dépenses pour 2012	4
1.3. Un projet de budget réaliste	4
1.4. Les éléments budgétaires 2012	5
1.5. Les fiches actions	9-78
2. L'organisation de l'ADT du Bas-Rhin	79-89

1. Programme d'actions et budget 2012

1.1. Le contexte

Le budget 2012 de l'ADT a été construit

a) par rapport aux enjeux touristiques pour les territoires et la Destination Alsace :

- enjeux majeurs :
 - développer l'image et la notoriété en se démarquant face à la concurrence,
 - positionner le tourisme et les loisirs dans l'économie des territoires.
- autres enjeux :
 - augmenter les nuitées, favoriser les dépenses des touristes et, par conséquent, augmenter le chiffre d'affaires et la création d'emplois non délocalisables,
 - allonger la durée des séjours,
 - diffuser les flux touristiques sur l'ensemble des territoires,
 - consolider la clientèle fidèle,
 - et conquérir de nouveaux marchés.

b) en cohérence avec la contribution pour une stratégie de développement touristique Alsace 2012-2014 présentée aux élus et aux socioprofessionnels le 26 septembre 2011, portant sur

10 objectifs stratégiques :

1. Faire de l'Alsace une destination vélo de premier choix ;
2. Miser sur les savoir-faire et les traditions pour se différencier des régions concurrentes ;
3. S'appuyer sur les grands sites et le patrimoine castral pour une meilleure diffusion de la clientèle sur les territoires ;
4. Valoriser l'excellence œnotouristique ;
5. Favoriser un développement touristique durable et proposer une offre de produits écotouristiques ;
6. Renforcer la mise en tourisme de l'Alsace « Terre de mémoires » ;
7. Miser sur la surprise, l'offre insolite et la créativité pour dynamiser l'image de la destination ;
8. Construire une stratégie de séduction de prescripteurs (autochtones, étudiants, décideurs économiques, etc.) ;
9. S'inscrire dans une démarche globale de qualification de l'offre marchande ;
10. Renforcer l'organisation des missions touristiques territoriales pour permettre une efficacité de moyens, une qualité d'accueil optimisée et une meilleure accessibilité sur l'ensemble des territoires.

3 pistes de progrès :

1. Intégrer l'exigence Qualité et le développement durable ;
2. Capitaliser les expériences acquises et acquérir de nouvelles compétences notamment autour des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) ;
3. Promouvoir créativité, innovation et mutualisation des moyens d'action.

4 principes de gouvernance :

1. Renforcer les coopérations et partenariats ;
2. Créer des outils de suivi et d'évaluation ;
3. Organiser le pilotage de la stratégie ;
4. Informer et faire adhérer les acteurs du tourisme.

L'ensemble de ces propositions a été adopté à l'unanimité par l'Assemblée Plénière du Conseil Général le 12 décembre 2011.

c) en s'appuyant sur le développement de la dématérialisation des contenus informatifs, la promotion par le web et le développement d'outils spécifiques utilisant des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC).

d) ainsi qu'en fonction et au vu de l'expérience :

- d'opérations-phares réalisées en 2011, telles que, par exemple, les événementiels à Paris (Place du Palais Royal) et à Lyon (Place de la République), les Terres à l'Envers à Strasbourg, le lancement du TGV Rhin-Rhône à Dijon, etc.
- des missions déléguées par les collectivités territoriales en matière d'ingénierie pour les aides départementales, régionales et européennes au bénéfice des entreprises hôtelières ou des propriétaires de meublés de tourisme, pour les diagnostics touristiques territoriaux, etc. ;
- de la présence territoriale forte souhaitée par l'assemblée départementale des référents territoriaux de l'ADT, en complément de l'action territorialisée au niveau des Maisons du Conseil Général (MCG) ;
- l'approfondissement du partenariat interdépartemental avec l'ADT du Haut-Rhin au travers du programme de promotion commun (présence sur des foires et salons), de la création d'éditions Alsace, d'opérations de communication, etc., dans le cadre du compte bancaire collectif « Tourisme 67/68 » ;
- le travail sur la visibilité de l'action du Conseil Général en regard des acteurs locaux du tourisme, au travers des ateliers de développement touristique, de la communication, de l'acquisition de matériel de promotion et d'un positionnement fort en faveur de la coopération avec les autres acteurs, tout particulièrement avec le Comité Régional du Tourisme (CRT) Alsace, le Relais Départemental du Tourisme Rural (RDTR) du Bas-Rhin, la Maison de l'Alsace à Paris, le Réseau des Offices de Tourisme (RésOT) Alsace, etc ;
- enfin, s'agissant du CRT, de l'ADT 68 et du RésOT Alsace, plusieurs chantiers fondamentaux impactent très directement et durablement l'activité et le budget de l'ADT, à savoir :
 - ▶ la construction de la Plateforme de Commercialisation Alsace (PCA) avec, notamment, le renforcement de l'offre de produits sur Tourisme Alsace Réservation (TAR),
 - ▶ la création d'un site internet de Destination pour le grand public commun aux différentes structures, avec plusieurs développements thématiques (sites affinitaires) et applications mobiles,
 - ▶ l'alimentation d'une e-newsletter pro et de rubriques « contenus thématiques » et « produits » dans les éditions d'appel pour la Destination Alsace (imprimées ou dématérialisées).

1.2. La poursuite des efforts de contraction des dépenses pour 2012

Le projet de budget 2012 s'inscrit :

- ▶ dans un contexte économique contraint auquel le Conseil Général est lui-même confronté,
- ▶ dans un souci partagé d'efficacité et de rationalisation des dépenses publiques.

Placé dans une dynamique de développement et de promotion de l'offre touristique des territoires, tenant compte des attentes des acteurs locaux de l'économie touristique – publics et privés – et de l'évolution des modes de consommation des visiteurs, la projection budgétaire 2012 s'appuie sur une recherche permanente de complémentarité entre les organismes institutionnels du tourisme et d'un affichage cohérent de la Destination Alsace. Elle prend également en compte l'évolution des résultats 2011 et des engagements 2012. Une convention de partenariat et d'objectifs 2012-2014 devra être signée entre le Conseil Général et l'ADT.

Les orientations 2012 sont donc proposées dans un contexte exigeant et s'inscrivent selon un principe de continuité pour la mise en œuvre des missions confiées à l'ADT par la collectivité départementale et de progrès en déclinaison des priorités arrêtées en faveur d'une stratégie touristique de Destination.

Il est rappelé qu'un équilibre budgétaire a pu être trouvé pour 2011 en recherchant une économie de moyens et en affichant une augmentation sensible de la dotation départementale (+ 240.000 €), notamment au niveau du fonctionnement de l'Agence

Enfin, comme souhaité par l'ensemble des élus du Conseil Général du Bas-Rhin et retenu au titre de la Stratégie Touristique Alsace 2012-2014, le regroupement à court terme des missions et des moyens de développement et de promotion au sein d'une structure institutionnelle unique devrait conduire à une meilleure maîtrise des dépenses et à une efficacité renforcée.

1.3. Un projet de budget réaliste

Le projet de budget se présente comme ci-après :

	2012	2011	2010	2009
Achats de sous-traitance	290.000	290.000	298.000	359.000
Promotion	158.650	165.000	171.000	199.900
Commercialisation	70.650	123.800	183.000	299.100
Communication	75.000	70.000	80.000	80.000
Développement	360.900	235.000	250.000	312.500
Autres charges	<u>2.005.800</u>	<u>1939.500</u>	<u>1.832.000</u>	<u>1.800.000</u>
Total	2.961.000	2.823.300	2.814.000	3.050.500

Malgré la poursuite des efforts de contraction des dépenses 2012 cités précédemment, la hausse par rapport au budget 2011 s'explique notamment du fait du développement d'une stratégie plus agressive sur le web.

1.4. Les éléments budgétaires 2012

Le projet de budget 2012, dont le détail est présenté ci-après, a été adopté par le Conseil d'Administration de l'ADT le 27 octobre 2011. Il **s'élève à 2.961.000 €**, la subvention de fonctionnement du Conseil Général étant fixée à 2.800.000 €, représentant 94,5 % du budget global. Il permet, avec un effectif stabilisé, voire diminué, de poursuivre et de mener à bien le programme d'actions engagé dans un souci de consolidation et de renouvellement de l'offre de la « Destination touristique Alsace ».

Les **autres recettes 2012 (161.000 €)** sont constituées par :

- la participation de partenaires à des actions de communication (5.000 €) ;
- les forfaits vendus par le Service de Réservation (évalués à 60.000 €) trouvant leur contrepartie dans les charges à hauteur de 57.700 € ;
- l'inscription, en 2012, de partenariats représentant une contribution financière en provenance
 - de l'Association des Logis de France du Bas-Rhin, représentant la prise en charge d'un poste occupé à temps partiel (10.000 €) ;
 - des propriétaires de meublés Clévacances couvrant les cotisations, d'une part, et les droits d'entrée des nouveaux adhérents, d'autre part, pour un montant de 10.000 €, ainsi que des frais de procédure de classement de leurs hébergements (14.700 €) ;
 - de la DIRECCTE (3.300 €) ;
 - et de l'Europe (5.000 €) au titre d'actions à engager sur le plan de l'oénotourisme et dans le cadre de la création d'un pass touristique Alsace ;
- les cotisations des membres statutaires (7.000 €), des membres du Club Promotion (34.000 €) et des propriétaires de meublés « Clévacances » (7.000 €) ;
- ainsi que les produits financiers générés par les placements (5.000 €).

Tout comme en 2011, ces produits devraient, si possible, être complétés au moyen de subventions complémentaires en fonction de projets précis et de partenariats susceptibles de générer des recettes (au-delà des échanges de marchandises et des contributions en ingénierie).

Il importe de rappeler que la mise en œuvre des missions dévolues à l'ADT du Bas-Rhin ne pourra trouver son efficacité qu'avec la mobilisation, en parallèle et en cohérence, des crédits réservés par le Conseil Général au développement de l'économie touristique, à savoir 4.265.270 €, dont

- 2.800.000 € pour l'ADT,
- 440.770 € en faveur d'autres organismes à vocation touristique,
- 970.000 € pour les aides à l'hébergement touristique et la restauration traditionnelle,
- et 54.500 € pour d'autres équipements à vocation touristique.

Enfin, il est à souligner que les chiffres de ce projet de budget ne reflètent pas l'intégralité des actions conduites par l'ADT du Bas-Rhin dans la mesure où certaines d'entre elles ne mobilisent pas de crédits de l'Agence (labellisations, opérations transfrontalières, instruction des demandes d'aides financières ou coproduction de diagnostics territoriaux pour le compte du Conseil Général, etc.), mais des charges en personnel conséquentes.

CHARGES

<p>DEVELOPPEMENT</p> <p>Marketing territorial</p> <p>Stratégie des territoires Coopération touristique</p> <ul style="list-style-type: none"> . Transnationale . Transfrontalière . Maison de l'Alsace . Massif des Vosges <p>Editions de contenus et diffusion de l'information</p> <p>Editions et thématiques</p> <ul style="list-style-type: none"> . Editions généralistes . Editions thématiques <p>Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)</p> <ul style="list-style-type: none"> . Informatique . Editions numériques . Internet <p>Démarches de qualification</p> <p>Fleurissement Démarche Qualité / Labellisation</p> <ul style="list-style-type: none"> . Hôtellerie . Meublés . Tourisme & Handicap 	<p>360.900 €</p> <p>45.500 €</p> <p>6.000 € 39.500 € . 7.500 € . 10.000 € . 10.000 € . 12.000 €</p> <p>252.900€</p> <p>147.500 € . 83.500 € . 64.000 €</p> <p>105.400 € pm . 66.800 € . 38.600 €</p> <p>62.500 €</p> <p>48.000 € 14.500 € . 5.000 € . 9.300 € . 200 €</p>
<p>PROMOTION – COMMUNICATION</p> <p>Promotion Commercialisation Communication Accueil – Information - Logistique</p>	<p>304.300 €</p> <p>158.650 € 70.650 € 75.000 € p.m.</p>
<p>FONCTIONNEMENT</p> <p>Achats de sous-traitance Impôts, salaires et charges de personnel et autres charges</p>	<p>2.295.800 €</p> <p>290.000 € 2.005.800 €</p>
<p>Total</p>	<p>2.961.000 €</p>

PRODUITS

<p>PRODUCTION VENDUE</p> <p>Participation de partenaires à des actions 67 de communication Service de Réservation</p>	<p>65.000 €</p> <p>5.000 € 60.000 €</p>
<p>PARTENAIRES</p> <p>Association des Logis de France du Bas-Rhin Clévacances . Labellisation . Classement</p>	<p>34.700 €</p> <p>10.000 € 24.700 € . 10.000 € . 14.700 €</p>
<p>AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION</p> <p>Conseil Général – subvention de fonctionnement DIRECCTE Europe Cotisations – membres statutaires et Club Promotion</p>	<p>2.856.300 €</p> <p>2.800.000 € 3.300 € 5000 € 48.000 €</p>
<p>PRODUITS FINANCIERS</p>	<p>5.000 €</p>
<p>Total</p>	<p>2.961.000 €</p>

RECAPITULATIF DES FINANCEMENTS DU PROGRAMME D' ACTIONS

Réf.	Actions	Cellules	Coût	Conseil Général	ETP
1.	DEVELOPPEMENT		360.900 €	351.600 €	
1.1.	MARKETING TERRITORIAL		45.500 €	45.500 €	5,22
1.1.1.		Stratégie des territoires	6.000 €	6.000 €	4,62
1.1.2.		Coopération touristique	39.500 €	39.500 €	0,60
		. Transnationale	. 7.500 €	. 7.500 €	. 0,20
		. Transfrontalière	. 10.000 €	. 10.000 €	. 0,30
		. Maison de l'Alsace	. 10.000 €	. 10.000 €	. pm
		. Massif des Vosges	. 12.000 €	. 12.000 €	. 0,10
1.2.	EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION		252.900 €	252.900 €	4,32
1.2.1.		Editions généralistes	83.500 €	83.500 €	1,00
1.2.2.		Editions et filières thématiques	64.000 €	64.000 €	1,46
1.2.3.		TIC	38.600 €	38.600 €	1,00
1.2.3.		Editions dématérialisées	66.800 €	66.800 €	0,86
1.3.	DEMARCHES DE QUALIFICATION		62.500 €	53.200 €	4,26
1.3.1.		Fleurissement	48.000 €	48.000 €	0,35
1.3.2.		Démarche Qualité - Labellisation	14.500 €	5.200 €	2,66
1.3.3.		Hébergement - Restauration	pm	pm	1,25
2.	PROMOTION	Actions de promotion et de prospection (+ Club Promotion)	158.650 €	124.650 €	2,00
3	COMMERCIALISATION	Service de réservation et d'élaboration de produits touristiques	70.650 €	10.650 €	2,00
4	COMMUNICATION	Relations publiques, presse, supports, publicité	75.000 €	70.000 €	1,95
5	INFORMATION	Accueil-Information-Logistique	pm	pm	2,00
TOTAL ACTIONS			665.200 €	556.900 €	21,75
1.1.	FONCTIONNEMENT GENERAL	Achats de sous-traitance	290.000 €	290.000 €	3,69
1.2.		Charges de fonctionnement	2.005.800 €	1.953.100 €	
TOTAL FONCTIONNEMENT			2.295.800 €	2.243.100 €	3,69
TOTAL GENERAL			2.961.000 €	2.800.000 €	25,44

Crédits prévus au titre du compte collectif « Tourisme 67/68 »

DEVELOPPEMENT	Editions généralistes	57.000 €
	Editions et filières thématiques	41.800 €
	Maison de l'Alsace à Paris	10.000 €
PROMOTION	Foires-expositions	100.000 €
	Missions de prospection, opérations ponctuelles	au cas par cas
COMMERCIALISATION	SLA	3.000 €
COMMUNICATION		au cas par cas
TOTAL		211.800 €

1.5. Les fiches actions

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT
1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.1. Stratégie des territoires

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : DEPARTEMENT DU BAS-RHIN voire REGION ALSACE et ALLEMAGNE
---	---

Public concerné :
COLLECTIVITES LOCALES ET TERRITORIALES – ASSOCIATIONS – PRIVES

Personnel à contacter pour cette action :
ADT - Service Stratégie des Territoires – Tél. : 03 88 15 45 61/62/65/67/87

Budget 2011 : 6.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Au-delà de ce que représentent les charges liées aux postes des référents territoriaux, le budget spécifique dédié à la stratégie des territoires porte sur un programme annuel de sensibilisation des acteurs touristiques locaux, de mise à disposition d'informations et d'échanges d'expériences, notamment sur des thématiques précises (dossiers transversaux portés par les référents territoriaux).

L'ADT alimente également un « Espace Pro » sur son site internet à destination des acteurs locaux et des partenaires publics et privés. En 2011, en plus des bases des données, supports d'ateliers et fiches conseils, les appels à projets et des informations pratiques à télécharger y ont également été proposés.

Par ailleurs, l'Agence a été directement impliquée dans différents dossiers transversaux du Conseil Général du Bas-Rhin : démarche Territoires 2030, contribution départementale à une stratégie touristique 2012-2014, plans départementaux itinérances (PDESI et PDIPR), animation du réseau des acteurs de l'intercommunalité, Schéma Directeur de Signalisation Touristique Routière, etc.

En interne, un important travail de recensement a été effectué par les référents dans le but de renouveler la promotion du fleurissement, des parcs et des jardins remarquables de notre département.

1. Les événements de sensibilisation et d'échanges (pm : 4.500 €)

Les Ateliers de Développement Touristique, rencontres thématiques trimestrielles, permettent aux acteurs touristiques des territoires bas-rhinois de bénéficier d'une information précise sur un sujet circonscrit. L'intervention d'experts et de spécialistes reconnus dans leur domaine ou présentant des initiatives innovantes réussies dans d'autres régions, voire d'autres pays, alimente ainsi le débat et permet des échanges participatifs.

L'ADT assure l'organisation, la coordination et le choix des thématiques. L'Agence s'attache surtout à apporter une réelle valeur ajoutée à ces rencontres, animant ainsi le réseau des acteurs touristiques du Bas-Rhin.

En 2011, plusieurs événements co-organisés par l'ADT ont mobilisé ces mêmes acteurs :

- le 11 avril au CEFPPA d'Illkirch : conférence de Jean VIARD sur « le triomphe des valeurs vacancières » ;
- le 14 juin au Mont Ste Odile : restitution complète de l'étude Rectangle rouge (GR 5 - GR 53), avec des propositions de plan d'actions pour les partenaires du Massif des Vosges ;
- le 26 septembre au Conseil Général du Bas-Rhin : présentation de la contribution de l'ADT pour une stratégie touristique Alsace 2012-2014 ;
- le 14 novembre à l'Espace des Tisserands de Châtenois : présentation, par le cabinet Protourisme, de la stratégie en faveur du développement touristique des campings et aires de services pour camping-cars ;
- le 15 novembre à l'Agence Culturelle d'Alsace à Sélestat : atelier signalisation touristique routière + stammtisch.

Coup de projecteur sur :

a) Le triomphe des valeurs vacancières

A l'occasion de ses 60 ans, l'ADT du Bas-Rhin a organisé, avec le concours du Conseil Général, un atelier de Développement Touristique exceptionnel. En effet, il était proposé, à l'occasion de cet anniversaire, de faire un voyage dans le temps afin de comprendre l'évolution du tourisme depuis 1951 et de mieux nous projeter dans l'avenir pour être au rendez-vous des attentes actuelles des visiteurs.

Cette conférence du sociologue Jean VIARD avait pour thème « Le triomphe des valeurs vacancières ! ». Jean VIARD est directeur de recherches CNRS au CEVIPOF, Centre de recherches politiques de Sciences Po. Diplômé en économie (Aix-en-Provence), docteur en sociologie (Paris), ses domaines de spécialisation sont les temps sociaux (loisirs, vacances, 35 H), mais aussi la gestion de l'espace (aménagement, questions agricoles) et des déplacements. C'est un des seuls chercheurs en France qui travaille sur le thème du tourisme.

Cet atelier, qui s'est tenu le lundi 11 avril 2011 dans l'Amphithéâtre du CEFPPA Adrien ZELLER à Illkirch-Graffenstaden, a rassemblé près de 80 personnes.

La présence de Jean VIARD à Strasbourg a ensuite permis au Conseil Général du Bas-Rhin de le faire participer avec deux autres experts à la table ronde organisée dans le cadre de « Territoires 2030 ». Cette démarche vise à mettre en perspective les politiques départementales et à les adapter en fonction des changements économiques, sociaux et institutionnels en cours et des enjeux associés.

b) La signalisation touristique

La signalisation touristique a pour principale vocation la valorisation du patrimoine et l'incitation à la découverte des sites. Les équipements d'information, panneaux directionnels, supports visuels, Relais Infos Services ou encore panneaux publicitaires, sont autant d'outils de communication qui assurent la promotion du patrimoine et véhiculent une image des pôles touristiques.

C'est ainsi que les différents outils et supports permettant de mettre en place une réelle stratégie de découverte reposant sur une signalisation cohérente d'un territoire ont été évoqués à l'occasion de cet atelier spécifique.

Les interventions suivantes ont été proposées :

- des éléments de **Contexte sur la Signalisation Touristique** : Olivier PERRIN, Cabinet ALKHOS ;
- la **Signalisation Touristique Autoroutière** : Bernard SCHMITT, Direction Interdépartementale des Routes de l'Est (DIR Est Alsace) ;
- le **Schéma Directeur de Signalisation Touristique Routière** dans le Bas-Rhin et le **Programme Départemental d'Animation Touristique** : Emmanuelle KINDLE, Conseil Général du Bas-Rhin et Marie-Jo SIMON, ADT
- le **Schéma Directeur de Jalonnement Cyclable** : Cédric HEYER, Conseil Général du Bas-Rhin ;
- la **Signalisation d'Information Locale (SIL)** : Olivier PERRIN, Cabinet ALKHOS ;
- l'**expérience de l'Entre-Deux-mers (Gironde)** : Rémi PLANTON, Directeur de l'Office de Tourisme ;
- le Débat : **perspectives et attentes des acteurs alsaciens**.

Cette rencontre, élargie à tous les acteurs des territoires haut-rhinois, s'est tenue dans l'amphithéâtre de l'Agence Culturelle d'Alsace à Sélestat le 15 novembre 2011, avec plus de 50 participants. L'atelier s'est vu prolongé par un stammtisch consacré à la signalisation touristique des Routes des Vins, permettant à d'autres acteurs et prestataires concernés par la thématique œnotouristique de se mobiliser sur le projet de redynamisation de la Route des Vins d'Alsace (qui fêtera ses 60 ans en 2013).

2. Les échanges d'expériences et éductours (pm : 1.500 €)

Accompagner un projet à enjeu départemental, voire régional, nécessite, à un moment choisi, de découvrir d'autres sites proposant des activités ou des projets similaires. C'est sur la base d'éductours ciblés ou de rencontres dédiées, que l'ADT favorise la découverte d'équipements réalisés, d'expériences menées ou encore de procédés innovants, permettant de bien cerner les contours d'un projet.

Dans le cadre du label « Vignobles et Découvertes », initié en 2010, l'Alsace s'est immédiatement mobilisée et positionnée en vue de figurer parmi les territoires œnotouristiques. C'est pour participer à cette dynamique globale et en vue d'animer le réseau œnotouristique alsacien, qui se renforce progressivement depuis plus d'un an, que l'ADT a proposé aux acteurs locaux l'organisation d'un éductour dans le Jura, qui a eu lieu le jeudi 30 juin 2011.

Le choix s'est porté sur la Route des Vins du Jura, qui a obtenu en 2008 le titre de Destination touristique européenne d'excellence (prix EDEN) au titre du patrimoine local immatériel.

Le Jura a également été doublement primé en 2009 par le Conseil Supérieur de l'Œnotourisme :

- la Route touristique des vins du Jura, récompensée dans la catégorie « Mise en réseau de maisons de vin avec d'autres ressources touristiques », a valorisé le travail du Comité Interprofessionnel des Vins du Jura et des acteurs du tourisme, créant un réseau œnotouristique ;
- la famille MAIRE a également obtenu une distinction pour son établissement La Finette, Taverne d'Arbois, restaurant réunissant dans un même lieu Vin et Gastronomie Franc-Comtoise, dans une ambiance conviviale.

Le Comité de Pilotage œnotouristique alsacien, constitué du CRT, du CIVA, des ADT67 et 68, du Synvira, du RésOT et de la Région Alsace, a ainsi, sous l'impulsion de l'agence bas-rhinoise, suggéré cet éductour, dont le programme proposait la visite du Domaine Henri MAIRE à Arbois (et déjeuner à la finette), ainsi que la visite de Château-Chalon et de la Maison de la Haute Seille, avec initiation à la dégustation de Vin Jaune.

Les participants, au nombre de 31, étaient issus des mondes viticole, touristique, patrimonial et institutionnel, permettant ainsi des échanges constructifs et fructueux, tant lors des visites que durant le trajet :

- ADT 67 et 68, CRT, CIVA, Synvira, Région Alsace, RésOT Alsace, Gîtes de France,
- OT Barr-Bernstein, Chatenois-Scherwiller, Kaysersberg, Munster, Obernai, Ribeauvillé-Riquewihr, Rosheim, Suisse d'Alsace,
- Cave du Roi Dagobert à Traenheim, Domaine Blanck à Obernai, Domaine Pfister à Dalhenheim, Domaine Wolfberger à Eguisheim, Domaine Haegelin à Orschwihr, Vonville & Fils à Ottrott,
- Hostellerie des Châteaux à Ottrott, Hostellerie du Rosenmeer à Rosheim,
- Ateliers de la Seigneurie à Andlau.

Quant aux modalités pratiques, l'ADT67 a pris en charge les frais de transport (enveloppe de 1000 €), laissant à chaque participant les dépenses liées aux déjeuner et apéritif dinatoire.

Remarque : le jour de cette escapade pédagogique, le Conseil Supérieur de l'Oenotourisme a rendu son avis positif, laissant supposer la labellisation de « Cœur d'Alsace », territoire viticole situé entre le Mont Ste Odile et le Haut-Koenigsbourg, annonce qui s'est vue confirmée au cours de l'été.

3. Les démarches collectives innovantes

Au delà de l'animation du réseau des acteurs locaux du tourisme et de l'accompagnement des projets structurants sur les territoires, les 5 référents de l'ADT impulsent ou accompagnent des démarches collectives innovantes sur leurs périmètres respectifs. En 2011, plusieurs chantiers ont été prolongés ou initiés, notamment :

- **Alsace du Nord** : suivi du projet de mutualisation des structures touristiques en Alsace du Nord, en partenariat avec le RésOT et l'ADEAN : création d'un pôle stratégique composé de 4 collèges (élus de l'ADEAN, Présidents d'OTSI, techniciens d'OTSI et partenaires socio-professionnels) ; création de pôles Outils et Production en charge des éléments **opérationnels** ; étude pour la création d'un espace d'accueil touristique dans le futur village de marques à Roppenheim.
- **Piémont de Saverne Alsace Bossue** : évolution de la plateforme de commercialisation mutualisée entre les 6 offices du tourisme du Pays de Saverne Plaine et Plateau (pilotée par l'OT de Saverne et sa Région) avec le partenariat ViaVoyages, réédition de la carte touristique du Pays, accompagnement du partenariat entre les sites verriers des Vosges du Nord, révision de la Charte du Parc et développement de l'itinérance pédestre avec le Sycoparc (notamment par l'adhésion au réseau Best Of Wandern).
- **Bruche Mossig Piémont Kochersberg** : suivi de la Charte de valorisation du Massif du Mont Sainte Odile et, plus particulièrement, de son volet touristique (étude pilotée par le Conseil Général), définition du programme pluriannuel de valorisation du Mont Ste-Odile (porté par l'Evêché), accompagnement de l'aménagement du Champ du Feu, valorisation touristique du Canal de la Bruche (application mobile créée en 2011), aménagement muséographique de la Maison Romane à Rosheim, valorisation de l'accueil au Fort de Mutzig et des abords du Cimetière Israélite de Rosenwiller, mutualisation des Offices de Tourisme dans le canton de Rosheim, dimension intercommunale pour l'OT de Marlenheim et mise en œuvre de la compétence tourisme pour la Communauté de Communes.

- **Alsace Centrale** : participation à l'élaboration du Projet de Monument du Château du Haut-Koenigsbourg, accompagnement du projet de fusion des OT du Grand Ried, réflexion concernant la mise en tourisme du quartier des Remparts de Châtenois, poursuite du groupe de travail autour du développement du cyclotourisme en Alsace Centrale, réflexion pour la création d'un point d'information tourisme innovant au Château du Haut-Koenigsbourg, consultation pour la création d'un clip vidéo de promotion touristique pour la ligne 500 du Réseau 67 (ligne du Haut-Koenigsbourg).
- **Communauté Urbaine de Strasbourg** : coopération renforcée avec la CUS sur les projets de développement touristique de l'agglomération (ex : Stratégie Touristique de Strasbourg et sa Région, manifestations de Noël, taxe de séjour, Maison de l'Europe, Bureau des Conventions, etc.).

4. Les opérations spécifiques et les expérimentations

Dans le cadre de thématiques touristiques (tourisme de mémoire, signalisation touristique, développement durable,...) ou en lien direct avec les problématiques d'un territoire, le service Stratégie des Territoires peut être mandaté pour accompagner et œuvrer plus spécifiquement à la réalisation d'une opération identifiée.

Les Terres à l'Envers du 16 au 18 septembre : partenaire privilégié des Jeunes agriculteurs organisateurs, l'ADT a été associée aux « Terres à l'envers », grand évènement de la rentrée 2011. Au sein de ce salon de l'agriculture en plein air, l'ADT a coordonné un espace de visibilité pour ses partenaires tels que : offices de tourisme, sites touristiques, artisans, et socioprofessionnels. La convivialité de l'évènement a largement contribué à la satisfaction des visiteurs comme des partenaires, qui ont tous pu vanter leurs activités et nouveautés, dans un espace extérieur original.

Les 67h du 67 : du 13 au 16 octobre 2011

Dans le cadre de cette opération grand public destinée à assurer une meilleure visibilité des missions et des métiers du Conseil Général ... auprès des Bas-Rhinois, l'ADT, à travers sa mission d'animation des territoires, a organisé des découvertes ludiques et participatives des pôles touristiques structurants du Bas-Rhin. Ce projet visait à susciter l'intérêt et donner l'envie de découvrir ou redécouvrir son département... sur la base de 4 rallyes touristiques proposés sur 4 territoires identifiés, à savoir :

- **Alsace Centrale** : Château du Haut Koenigsbourg, CIP d'Andlau, Bibliothèque Humaniste à Sélestat, Maison de la Nature à Muttersholtz ;
- **Bruche – Mossig et Piémont** : Mont Sainte Odile, Centre Européen du Résistant Déporté à Natzwiller, Mémorial Alsace Moselle à Schirmeck, Champ du Feu, Maison de la Manufacture d'Armes Blanches à Klingenthal, Château de Wangenbourg ;
- **Autour de Saverne** : Château du Lichtenberg, Musée Lalique à Wingen sur Moder, Centre d'Initiation à la Nature et à l'Environnement à Lorentzen, Musée Judéo Alsacien à Bouxwiller, Centre Européen de l'Orgue à Marmoutier ;
- **Alsace du Nord** : Château du Fleckenstein à Lembach, Fort de Schoenenbourg, Passe à Poissons de Gamsheim, Maison Rurale de l'Outre Forêt, Maison de la Nature du Delta de la Sauer à Munchhausen.

Les itinéraires ont fait l'objet d'une chasse au trésor dont on connaît l'attrait, notamment auprès des publics jeunes (important prescripteurs) et des familles. Moyen ludique, enrichissant et participatif pour faire découvrir le patrimoine alsacien, les parcours de découverte ont permis au public d'être guidé par énigmes ou indices pour retrouver détails architecturaux, particularités culturelles, originalités historiques ou encore anecdotes et touches d'humour... à l'aide d'une feuille descriptive, feuille de route du parcours (les rallyes peuvent aujourd'hui être réutilisés par les OT et les sites, sous la forme de pdf téléchargeables).

Par ailleurs, dans le cadre des actions liées au développement durable, la **valorisation des lignes touristiques** (mises en place par le Conseil Général - Schéma Directeur des Transports et des Déplacements) constitue un enjeu important. L'ADT a accompagné le Conseil Général et les territoires pour une communication renforcée et harmonisée. Des rencontres spécifiques à chaque ligne, visant la mobilisation et l'appropriation par chaque partenaire (OT, sites desservis, transporteur, Club Vosgien...) ont permis d'élargir les publics ciblés tout en favorisant une fréquentation améliorée. En 2011, malgré ces efforts, certaines lignes ont tardé à monter en puissance au niveau du nombre de passagers transportés.

5. Le tourisme d'affaires

L'ADT est représentée au Conseil d'Administration et au Bureau du Strasbourg Convention Bureau et participe activement à ses travaux à travers le comité de suivi technique qui se réunit régulièrement. Une étude initiée par la Région Alsace et pilotée par le CRT a été lancée en 2011 pour un résultat courant 2012. Elle porte sur les trois villes alsaciennes de congrès, Strasbourg, Colmar et Mulhouse et vise à définir un positionnement marketing différencié et complémentaire en fonction des atouts de chaque ville et à favoriser la mutualisation des actions de promotion du tourisme d'affaires.

6. Le tourisme de mémoire

En 2011, le projet piloté par le Conseil Général (MCG de Wissembourg) avait pour but de favoriser les liens entre l'ensemble des acteurs liés à la valorisation touristique et/ou patrimoniale du conflit.

Les 4 groupes de travail constitués en 2010 (musée, pédagogie, patrimoine funéraire, tourisme), se sont réunis à de nombreuses reprises pour organiser la réflexion et consolider l'offre.

Une opportunité existe pour 2012, avec la concrétisation d'un outil de découverte de la thématique, alliant la technologie de guidage GPS et la mise en valeur des éléments de découverte via Smartphone. Le but serait de créer un circuit de découverte reliant les sites bas-rhinois et mosellans.

7. La signalisation touristique routière

En cours d'actualisation, le Schéma Directeur de Signalisation Touristique du Bas-Rhin constitue le cadrage garantissant la cohérence de la signalisation directionnelle. Il définit en particulier la liste et la hiérarchisation des pôles d'attractions à signaler (communes, quartiers, équipements...), le type de signalisation pour chaque pôle (signalisation routière directionnelle, signalisation d'intérêt local, signalisation touristique), le tracé des liaisons vers chacun des pôles, les mentions à signaler au niveau des points d'intersections.

Le schéma distingue ainsi la signalisation routière spécifiquement touristique (le programme de signalisation touristique illustré, le balisage d'itinéraires touristiques, les Relais Information Services), de la signalisation directionnelle ou de services.

De nouveaux critères de hiérarchisation des sites :

Afin de classer l'ensemble des équipements, pôles d'intérêt, sites patrimoniaux ou naturels bas-rhinois, permettant d'adapter les supports de signalisation à leur réel intérêt, et ainsi guider au mieux les automobilistes, de nouvelles mesures ont été validées par le Bureau de l'ADT.

Les critères, sur la base desquels la signalisation des sites s'organise, se déclinent à travers 6 critères obligatoires et 6 critères optionnels, permettant de définir le type de signalisation correspondant au site touristique, en fonction du niveau révélé par une grille d'analyse.

Le programme de signalisation touristique routière :

L'ADT a été chargée, par le Conseil Général du Bas-Rhin, de valoriser certains sites touristiques du département à l'aide de panneaux d'animation routière illustrée. L'objectif de ce programme, qui vise à apporter une réelle valeur ajoutée visuelle et graphique aux panneaux routiers déjà en place, favorise la « mise en appétit » du touriste, avant d'aller à la découverte des sites balisés.

Ce programme pluriannuel, engagé en 2007 pour être finalisé en 2011, repose sur un budget de 450.000 € et permet d'illustrer une vingtaine de pôles touristiques majeurs dans le Bas-Rhin. L'Agence a réalisé une sélection des sites, en veillant à une bonne répartition géographique. Il s'agit principalement de monuments ou lieux emblématiques publics du département, bénéficiant d'une très forte fréquentation et/ou pour lesquels le Conseil Général s'est fortement investi financièrement. Ont également été privilégiés les sites à entrée payante, plutôt que les églises, pour favoriser des retombées économiques et ainsi un retour sur investissement :

- Premiers sites illustrés (2009) : Château du Haut Koenigsbourg, Centre Européen du Résistant Déporté à Natzwiller, Mémorial Alsace Moselle à Schirmeck ;
- Sites touristiques (2ème vague 2010-11) : Champ du Feu, Château de Fleckenstein-Lembach, Château de Lichtenberg, Fort de Schoenenbourg, Maison Rurale de l'Outre Forêt à Kutzenhausen, Mont Sainte Odile, Musée Judéo Alsacien à Bouxwiller (site en suspens, lié au nouveau projet de Musée de Bouxwiller en Pays de Hanau), Musée Lalique à Wingen sur Moder ;
- Sites touristiques (3ème vague 2011-12) : Centre d'Initiation « La Grange aux Paysages » à Lorentzen, Centre Européen de l'Orgue à Marmoutier, Passe à Poissons « Passage 309 » 0 Gamsheim, Maison de la Nature du Delta de la Sauer à Munchhausen, Maison de la Manufacture d'Armes Blanches à Klingenthal, Château de Wangenbourg, CIP « Les Ateliers de la Seigneurie » à Andlau, Bibliothèque Humaniste à Sélestat, Maison de la Nature du Ried et de l'Alsace Centrale à Muttersholtz.

Ce programme est en cours de finalisation, les pôles touristiques illustrés dans le cadre de ce programme sont en voie d'achèvement (réalisation ou installation), sur la base de 3 à 4 implantations par site - dont 2 illustrées, sur routes départementales, dans un rayon de 15 km du pôle, les panneaux étant estampillés Conseil Général du Bas-Rhin.

La phase d'illustration (choix des visuels) et les suggestions d'implantation sont assurées par l'ADT, en dialogue avec les sites et les Conseillers Généraux concernés, pour ensuite permettre aux services du Conseil Général de finaliser le projet (choix définitif du jalonnement, réalisation et installation des panneaux).

8. Le tourisme durable

L'essentiel des actions de développement figure dans le projet INTERREG RheNaTour « Découverte douce et raisonnée d'une zone Ramsar » qui a été clôturé le 30 septembre 2011. En tant que membre fondateur et trésorier, l'ADT du Bas-Rhin est très présente dans les instances de l'association Rhin Vivant, mais aussi aux réflexions quant à l'avenir de la structure et de l'écotourisme rhénan transfrontalier. Elle a ainsi contribué à l'organisation et participé activement au forum du 14 avril 2011 et à la réunion des acteurs régionaux du 11 novembre 2011.

L'ADT accompagne également le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord dans le processus de révision de charte, notamment sur l'objectif stratégique 2.4. « Investir le tourisme durable comme un champ d'innovation ». De plus, les actions de promotion de l'ADT en faveur d'une mobilité plus durable ont été mises en avant tout au long du Congrès National des Parcs qui a accueilli, du 5 au 7 octobre 2011, avec plus de 800 participants entre Saverne et Meisenthal.

9. L'art contemporain

Dans le cadre du programme de valorisation de l'art contemporain en partenariat avec Trans Rhein Art – réseau art contemporain Alsace (TRA), l'année 2011 a été consacrée à la poursuite d'un projet de valorisation de l'art contemporain à échelle transfrontalier dans le cadre du projet Interreg « Upper Rhine Valley » en vue de créer des outils de communication et de promotion de l'art contemporain.

En 2011, un stammtisch transfrontalier a été organisé à l'Agence Culturelle d'Alsace à Sélestat pour présenter l'état d'avancement du projet aux partenaires. En vue d'alimenter ce projet, les fiches LEI concernant les lieux d'art en Alsace ont été mises à jour. En 2011, le partenariat entre l'ADT et Trans Rhein Art (TRA) s'est notamment concrétisé par la promotion du week-end de l'art contemporain (mars), ainsi que par l'intervention de l'ADT lors des « Journées Inter-réseaux » (en novembre) regroupant les réseaux d'art contemporain d'autres régions françaises et organisées par TRA.

En 2011, un nouvel accrochage d'œuvres d'art du FRAC a été réalisé dans les murs de l'ADT. D'une durée de trois ans, il donnera lieu à l'organisation de visites guidées et d'opérations de sensibilisation du personnel de l'Agence et des entreprises environnantes (Excel Parc).

12. L'œnotourisme

La Route des Vins d'Alsace, créée en mai 1953, est l'une des premières actions de valorisation que l'on peut qualifier d'œnotouristique. Précurseur dans ce domaine, l'Alsace s'est vue agrémentée, au fil des années, de sentiers viticoles, de rallyes dans le vignoble, d'une école des vins, d'un marathon du vignoble et autres pique-niques ou encore soirées terroirs et poésies chez le vigneron... Belles initiatives de rapprochement entre les mondes du vin et du tourisme.

Région œnotouristique classique où le vin et les vignobles jouent un rôle déterminant dans le choix de la destination, pour 37 % des clientèles « la découverte des vins et des vignobles » est la principale motivation de séjour dans notre région, la « gastronomie et le terroir » arrivant en seconde raison de fréquentation (27 %).

En janvier 2010, les Ministres de l'Agriculture et secrétaire d'État chargé du Tourisme ont lancé un nouveau label « Vignobles et Découvertes », visant à développer l'œnotourisme en France.

Les territoires alsaciens se sont organisés localement pour porter cinq dossiers de candidature, dès la première vague de labellisation (en avril 2010) : Pays de Wissembourg (OT de Wissembourg), Vignoble de Strasbourg (OT de Molsheim-Mutzig, de Marlenheim et de la Suisse d'Alsace), la Route des Vins d'Alsace entre le Mont Ste Odile et le Château du Haut-Koenigsbourg (OT de Barr-Bernstein, d'Obernai, de Rosheim, de Scherwiller-Châtenois, Groupement Touristique du Mont Ste Odile), le Grand Pays de Colmar (Grand Pays Touristique de Colmar, OT de Colmar, de Ribeauvillé-Riquewihr, de la Vallée de Kaysersberg, de la Vallée de Munster, de Turckheim, d'Eguisheim, de Rouffach et du Pays de Brisach) et la Route des Vins – Sud Alsace (OT de Guebwiller-Soultz, de Thann et de Cernay). Aucun territoire alsacien n'a malheureusement été intégré dans la sélection des destinations labellisées en France dans cette 1^{ère} vague. C'est à l'été 2011 que le nouveau dossier déposé par Coeur d'Alsace (entre le Mont Ste Odile et le Haut-Koenigsbourg) s'est vu labellisé : 1^{er} territoire alsacien à bénéficier de ce label.

Parallèlement à la démarche de labellisation, une collaboration constructive s'est engagée autour de cette thématique, visant la redynamisation du vignoble et de ses acteurs, tant socioprofessionnels qu'institutionnels. Des ateliers thématiques ont été mis en place, en vue d'animer le réseau local et faire émerger les atouts qu'offre l'Alsace, les problématiques rencontrées par les professionnels, mais aussi et surtout de nouveaux projets de développement, associant divers acteurs et notamment des offices de tourisme, viticulteurs, hôteliers restaurateurs, prestataires de services... sur les thèmes suivants :

- Médiation du territoire (animation par le RésOT), l'importance de travailler sur un discours adapté à chaque territoire, en définissant spécificités et atouts (trouver l'originalité du secteur, mettre en place des outils, cerner les événements différenciateurs, évoquer le patrimoine, les terroirs et la viticulture...).
- Tourisme participatif (animation par l'ADT 67), reposant sur de nouveaux moyens de consommer et de vivre le territoire visité. Il répond tant à une demande d'authenticité formulée par le touriste qu'à un besoin de découverte ludique et conviviale. Il permet l'implication de la population locale et, de ce fait, le développement du lien social entre touristes et locaux. Après un recensement précis de l'offre, les pistes ciblaient le touriste, acteur de ses vacances et vivant une émotion particulière.

- Découverte du vin (animation par le CIVA), les visiteurs sont très demandeurs de rencontres et de prestations leur permettant de découvrir les vins d'Alsace mais aussi les étapes en amont du produit (culture, vendanges, vinification...). Outre la visite des caves, quelles activités ou produits pourraient mieux leur faire connaître le vin ? Que proposer à ce public en attente d'une offre sensorielle « Découverte des vins » ?
- Produits adaptés (animation par l'ADT 68), la demande de la clientèle œnotouristique s'est progressivement élargie au-delà de la seule découverte du vin. Cette clientèle s'intéresse notamment au terroir et au patrimoine local associés de près ou de loin au vin. Sur la base d'un inventaire de l'offre de forfaits, il ressort que si des produits œnotouristiques existent en Alsace, ils ne sont pas suffisamment développés et variés et peu thématiques.
- Communication (animation par le CRT), la démarche engagée dans les ateliers vise au développement de l'œnotourisme en Alsace et à une plus grande visibilité de la région dans ce domaine, la communication étant un outil clé dans une stratégie d'affirmation. Elle doit se concentrer sur des publics cibles en valorisant les atouts et les projets alsaciens et donc être étroitement articulé avec tous les autres acteurs.

Les réflexions menées ont fait l'objet d'un travail de synthèse présenté auprès des acteurs engagés et mobilisés dans cette démarche collective. Des propositions d'actions concrètes ont été évoquées et la volonté de réussir une collaboration durable autour d'objectifs partagés par tous s'est affirmée. Trois axes de développement sont identifiés :

- renouveler l'offre vignoble,
- structurer et valoriser les professionnels,
- animer la Route des Vins.

A ce stade, la concertation se poursuit en mettant en discussion des propositions auprès des décideurs élus des milieux professionnels de la viticulture et du tourisme, dans l'objectif d'arrêter un programme d'actions pluriannuel s'inscrivant dans une réelle stratégie œnotouristique alsacienne. La dynamique intègre le lancement d'un certain nombre de projets à l'occasion des 60 ans de la Route des Vins en 2013.

13. L'observatoire du tourisme

L'ADT participe aux travaux d'études et de statistiques de l'Observatoire Régional du Tourisme, à travers des comités de pilotage et de suivi qui se réunissent plusieurs fois par an. Les études suivies en 2011 ont notamment porté sur la fréquentation des hébergements de tourisme rural et associatif, l'Enquête Marketing des Clientèles (EMC) dont les résultats ont été publiés fin 2011, les retombées économiques générées par le rallye d'Alsace (résultats disponibles fin 2011) et l'étude de l'impact économique du tourisme impulsée par l'ADT (résultats prévus pour le premier semestre 2012).

L'ADT a également contribué à l'élaboration d'une convention triennale (2012-2014) entre l'Etat, la Région, les Départements et le CRT qui vise à définir le rôle et les missions de l'ORT, ainsi que son fonctionnement avec la mise en place d'un comité de pilotage et d'un comité de suivi.

1.1.1. DEVELOPPEMENT/MARKETING TERRITORIAL– Stratégie des territoires

Budget 2012 : 6.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Chaque référent territorial remplit une mission double à savoir qu'il est, d'une part, responsable de l'animation de réseaux d'acteurs sur le territoire qui lui est attribué et, d'autre part, en charge de plusieurs thématiques départementales, voire régionales et transfrontalières (œnotourisme, signalisation touristique routière, développement durable, tourisme de mémoire, art contemporain, coopération transnationale, etc.).

Après plusieurs années de pratique, l'organisation en référents territoriaux permet également de traiter de sujets ponctuels pour des priorités d'autres services de l'Agence ou du Conseil Général qui concernent directement les acteurs locaux. Ainsi, en 2012, plusieurs chantiers sont envisagés :

- renforcement de la politique de liens entre les différents sites de promotion touristiques, notamment pour améliorer leur référencement naturel et valoriser les fiches pdf ;
- état des lieux en matière de signalisation touristique autoroutière et nouvelle stratégie affichée en faveur de la bonne complémentarité des missions de chaque partenaire (réseaux autoroutier, routier et local) ;
- étude concernant la perception de la taxe de séjour et des différents services associés (dont les cartes d'hôtes),
- lancement d'un Pass Alsace, dans le cadre de la dynamique initiée autour de ses 60 ans, l'ADT initie un projet partagé permettant de « consommer » différemment l'Alsace touristique, basé sur un support innovant.

Au-delà de ce que représentent les charges liées à ces postes, le budget spécifique dédié à la stratégie des territoires porte sur un programme annuel de sensibilisation des acteurs touristiques locaux, de mise à disposition d'informations et d'échange d'expériences.

1. Ateliers de développement touristique

L'ADT assure l'organisation, la coordination et le choix des thématiques et s'attache à apporter une réelle valeur ajoutée à ces rencontres, et ce au profit des acteurs touristiques du Bas-Rhin. Pour 2012, il est proposé d'élargir le public de ces ateliers à une échelle interdépartementale, en accord avec l'Agence de Développement Touristique de Haute Alsace. Cette proposition va dans le même sens que le rapprochement des réseaux des acteurs du développement des territoires animés par les Conseil Généraux du Bas-Rhin et du Haut-Rhin.

Certains sujets sont d'ores et déjà pressentis pour l'année 2012 et pourraient faire l'objet d'ateliers de développement touristique :

- le développement du concept de « régions créatives », autour d'une intervention de spécialiste reconnu (Anne GOMBAULT) ;
- la randonnée pédestre, ou comment revisiter nos fondamentaux pour faire de l'Alsace une véritable destination randonnée, en impliquant les différentes fédérations concernées ;
- la multiplication des outils de mobilité touristique en Alsace, quelle complémentarité et quelle visibilité ?
- la qualification de l'offre d'hébergement aujourd'hui, pour une vision partagée par l'ensemble des acteurs touristiques institutionnels ;
- l'Alsace oenotouristique, en vue de partager la stratégie à mettre en œuvre avec l'ensemble des acteurs alsaciens autour d'un programme d'actions partagé.

Il s'agit d'une liste indicative, le programme définitif sera établi en accord avec les partenaires de l'Agence, au premier desquels l'ADT de Haute Alsace, en fonction des attentes des territoires et en concertation avec le programme de formation du RésOT Alsace. Le public de ces rencontres pourra être adapté en fonction du sujet.

2. Echanges d'expériences et éducteurs

Accompagner des projets territoriaux de développement touristique nécessite, à un moment donné, de découvrir d'autres sites proposant des activités de nature assez semblable. C'est sur la base d'éducteurs ciblés que l'ADT favorise la découverte d'équipements réalisés, des expériences menées ou encore des procédés innovants, permettant de bien cerner les contours d'un projet. Des échanges avec les acteurs locaux permettent ainsi aux porteurs de projets, que l'ADT accompagne et soutient, d'apprécier une méthodologie, des étapes à engager et autres écueils à éviter.

Ces éducteurs facilitent les partages d'expériences entre territoires du département, la découverte d'expériences d'autres départements ou la valorisation de dynamiques intéressantes dans des pays proches. Ces échanges peuvent également prendre la forme de rencontres ponctuelles, notamment au sujet de projets communs (ex : Destination Vignoble). Ils facilitent grandement aussi le dialogue entre les acteurs alsaciens.

Coût estimé : 6.000 €		
	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	6.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 5	ETP : 4,62

Indicateurs

	2010	2011
Nombre de réunions territoriales	2 pour le secteur Piémont de Saverne Alsace Bossue 5 réunions de secteur Alsace Centrale 2 réunions pour le secteur Alsace du Nord + 6 réunions plénières des OTSI 2 rencontres en territoire BMPK + 6 réunions stratégie locale	1 pour le secteur Piémont de Saverne Alsace Bossue + 3 à l'échelle du Pays de Saverne PP 3 réunions de secteurs Alsace Centrale Alsace du Nord : 9 plénières d'OTSI + 10 groupes de travail + 2 avec les présidents d'OTSI 3 réunions territoriales BMPK + 4 réunions stratégie locale
Nombre de participants aux réunions territoriales	entre 10 et 20 participants en moyenne	entre 10 et 20 participants en moyenne
Nombre de dossiers territoriaux	88 au total dont : 20 Alsace du nord 20 Pays de Saverne 20 BMPK 22 Alsace Centrale 6 CUS	86 au total dont : 18 Alsace du Nord 20 Pays de Saverne 19 BMPK 23 Alsace Centrale 6 CUS
Nombre de dossiers transversaux	25	20
Nombre d'avis formulés pour le compte du CG ou autre (dont les contrats de territoires)	39	21
Nombre d'Ateliers de Développement Touristique (ADT) organisés	4	5
Nombre de participants aux Ateliers de Développement Touristique (ADT)	220 personnes environ, dont : - 58 personnes pour l'atelier « Stations touristiques classées » (échelon régional) - 34 personnes pour l'atelier « Loi de modernisation des services touristiques » - 53 personnes pour l'atelier « Randonnée pédestre » - 76 personnes pour l'atelier « Nouvelles technologies : e et m-tourisme »	400 personnes environ, dont : - 80 pour la conférence de Jean VIARD : « le triomphe des valeurs vacancières », - 50 pour l'atelier sur la signalisation touristique, - 80 pour la restitution étude « Rectangle Rouge », - 140 pour la présentation de la contribution 67 pour une stratégie touristique Alsace 2012-2014, - 50 pour le rendu de l'étude sur l'hôtellerie de plein air en Alsace.

	2010	2011
Diagnostics ou études territoriales réalisés	<p>Diagnostic Kochersberg :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 réunions comité de pilotage - 8 réunions comité technique - 16 journées terrain - 3 soirées de présentation - 100 heures de travail - 1 stagiaire mobilisée pendant 5 mois <p>Restructuration Suisse d'Alsace</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3 réunions techniques <p>Suivi Grand Ried :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 réunions comité de pilotage <p>Suivi Sauer-Pechelbronn :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 2 réunions de travail préparatoires aux ateliers - 2 ateliers de travail avec les professionnels pour déterminer le plan d'action - 1 réunion de cadrage sur le fonctionnement 	<p>2 éductoures</p> <ul style="list-style-type: none"> - oenotourisme dans le Jura (40 personnes) - Burgenstrasse en Allemagne (30 personnes) <p>Suivi Grand Ried :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5 réunions comité de pilotage + 4 réunions structuration

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT

1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.2. Coopération touristique

A. Transnationale

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : MARCHES DE PROXIMITE (EUROPE)
Public concerné : COLLECTIVITES LOCALES ET TERRITORIALES – ASSOCIATIONS - PRIVES	
Personnel à contacter pour cette action : ADT - Service DEVELOPPEMENT – Tél. : 03 88 15 45 65	

Budget 2011 : 10.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

1. Programme de coopération entre le Conseil Général du Bas-Rhin et la Voïvodie de Haute-Silésie (Pologne)

Dans le cadre de la coopération décentralisée avec la Voïvodie de Haute-Silésie, l'année 2011 a été marquée par un programme d'actions particulièrement dense :

Promotion des territoires :

- **Participation de la délégation alsacienne au Salon Glob** à Katowice (20.000 visiteurs). Suite à une consultation auprès du CIVA, Madame WACH, viticultrice d'origine polonaise du Domaine des Marronniers à Andlau, a eu l'occasion de faire la promotion des vins d'Alsace en proposant la dégustation et la vente de ses produits sur le stand Alsace. La présence d'un professionnel alsacien maîtrisant la langue polonaise constituait un véritable plus. En effet, outre l'intérêt massif du grand public pour les dégustations et explications de la viticultrice, des contacts ont été pris avec la télévision régionale pour réaliser un reportage sur la gastronomie alsacienne en septembre 2011.
- **Participation de la délégation silésienne au Salon SITV** à Colmar (27.000 visiteurs sur 3 jours contre 33.000 sur 4 jours en 2010).
- **Mise à jour de la brochure « Dolny Ren, serce magicznej Alzacji »**, réalisée en 2006 et qui méritait un sérieux travail de rafraîchissement, tant au niveau du contenu que de la présentation globale. Une étudiante en école de communication a été recrutée pour cette mission.
- **Reportages gastronomiques et culturels « Kuchnia po Slasku »**. Suite au Salon GLOB, une équipe de TVSilesia a adressé une proposition pour la réalisation de 3 reportages en Alsace pendant les vendanges : 2 reportages gastronomiques et 1 reportage naturaliste et culturel. Ces trois programmes sont ensuite mis en ligne pour une consultation en « streaming », mais également diffusés sur différents canaux TVPolonia (télévision de la diaspora polonaise à travers le monde), TVPolska (l'équivalent de TF1) et rediffusés sur le câble.

Echanges d'expériences :

- **Echanges d'expériences entre acteurs de la valorisation des produits du terroir bas-rhinois et silésiens.** Plusieurs aspects ont été appréhendés : efforts de promotion et de communication privés et publics, mise en réseau et démarche qualité, échange de bonnes pratiques et de recettes, prise en compte des réglementations européennes, mise en marché, circuits courts et commercialisation des produits locaux...
La délégation silésienne (7 prestataires privés et 3 institutionnels) a été accueillie en Alsace du 11 au 14 octobre 2011. Ce projet a été monté en partenariat avec la Chambre d'Agriculture du Bas-Rhin et le Relais départemental du Tourisme Rural du Bas-Rhin.
- **Participation de l'Office de Tourisme de Mulhouse au Salon du tourisme industriel de Zabrze** du 14 au 16 avril 2011. L'ADT du Bas-Rhin a mis en relation les services de la Ville de Zabrze avec l'OT de Mulhouse, particulièrement concerné par le tourisme technique.

2. Programme de coopération entre le Conseil Général du Bas-Rhin et la Région de Vidzeme (Lettonie)

Contrairement au jumelage institutionnel avec la Haute-Silésie, l'ADT du Bas-Rhin ne dispose pas de budget propre pour le volet tourisme de ce programme.

- **Participation à un échange d'expériences autour de la valorisation de la randonnée pédestre** en partenariat avec le Club Vosgien, du 24 au 27 août 2011. Outre une sortie terrain visant à évaluer un sentier pédestre réalisé au printemps 2011 sur les conseils du Club Vosgien, la délégation est intervenue dans le cadre d'un colloque à destination des institutionnels lettons sur deux aspects : boîte à outils pour la création de sentiers pédestres et expertise du Club Vosgien, valorisation de la randonnée pédestre par les supports de communication dématérialisés par l'ADT du Bas-Rhin.

Cet échange sera poursuivi en 2012.

1.1.2. DEVELOPPEMENT – MARKETING TERRITORIAL

A. Coopération touristique transnationale

Budget 2012 : 7.500 €

Programme prévu pour l'exercice

En 2012, le financement du bureau de coopération, établi à Katowice, entre le Département du Bas-Rhin et la Voïvodie de Haute-Silésie, arrive à son terme. Aussi, le programme d'actions du partenariat silésien sera revu à la baisse.

Plusieurs actions, mises en œuvre par l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin, sont envisagées dans le domaine du tourisme pour l'exercice 2012 :

- la promotion touristique avec la participation au Salon GLOB de Katowice et l'accueil de la délégation silésienne au Salon SITV de Colmar,
- la mise en place d'une démarche ambassadeurs/greeters communautaire pour la population polonaise alsacienne et la population française silésienne,
- la finalisation de la mise à jour de la brochure « Dolny Ren Serce magicnej Alzacji » en format numérique,
- l'accompagnement du projet visant à créer des circuits touristiques en véhicules électriques en Alsace et en Pologne.

Coût estimé : 7.500 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	7.500 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 1	ETP : 0,20

Indicateurs

	2010	2011
Nombre d'événementiels organisés (éductours, voyages de presse, participation à des salons / Nombre de participants...)	<p>Salon SITV à Colmar : 33.088 visiteurs (4 jours)</p> <p>Salon GLOB à Katowice : 15.000 visiteurs</p> <p>Festival FOOD'CULTURE à Strasbourg : 40 000 visiteurs</p> <p>Echange d'expérience « Valorisation des produits du terroir » en Silésie : Visite de 10 exploitations / restaurants Délégation bas-rhinoise composée de 7 fermiers-aubergistes et agriculteurs & 3 institutionnels.</p>	<p>Salon SITV à Colmar : 27.000 visiteurs (3 jours)</p> <p>Salon GLOB à Katowice : 20.000 visiteurs</p> <p>Echange d'expérience « Valorisation des produits du terroir » en Alsace : Visite de 9 exploitations/restaurants Délégation silésienne composée de 4 producteurs locaux et 4 institutionnels</p> <p>Reportage TVS : 35 millions de téléspectateurs depuis ses débuts sur tous les canaux / 2,3 millions en 2011 sur les 5 premiers mois.</p> <p>Colloque en Lettonie : participation de 50 professionnels lettons</p>

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT

1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.2. Coopération touristique

B. Transfrontalière

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : MARCHES DE PROXIMITE (EUROPE)
Public concerné : COLLECTIVITES LOCALES ET TERRITORIALES – ASSOCIATIONS - PRIVES	
Personnel à contacter pour cette action : ADT - Service DEVELOPPEMENT – Tél. : 03 88 15 45 61/95	

Budget 2011 : 10.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Les opérations de développement et de promotion touristiques à l'échelle de l'espace du Rhin Supérieur, respectant les engagements pris dans le cadre des projets financés au titre d'INTERREG, ont permis de réaliser :

- 1.** Dans le cadre de l'opération **Démarrage** (valorisation de l'Eurovéloroute n° 15 Andermatt/CH – Rotterdam/NL), un montant de 5.000 € a été consacré à :
 - la réalisation d'une étude de marché,
 - la définition d'un positionnement marketing,
 - la mise au point d'une charte graphique,
 - la publication de 3 lettres d'information et la création d'un site Internet pour la communication interne,
 - l'inspection de l'itinéraire dans la perspective de la mise au point d'un standard européen,
 - les études pour la création d'un site internet de référence européen pour la communication externe.

- 2.** Dans le cadre du projet **Rhenatour** (Découverte douce et raisonnée d'une zone Ramsar), l'année 2011 a vu la finalisation des 2 actions portées techniquement par l'ADT du Bas-Rhin :
 - **Elaboration de supports audiovisuels innovants (A4)** : 10 reportages courts présentant les activités écotouristiques autour des 4 saisons et 2 films promotionnels ont été réalisés. Ils ont été diffusés sur la plateforme vidéo de *www.destination-alsace.com* et sur le site *www.rhinvivant-lebendigerrhein.eu*. Ils ont également été mis à disposition des partenaires de Rhin Vivant par biais d'un DVD vidéo.
 - **Etude sur le développement des modes de transports doux et de l'accessibilité des sites de la zone Ramsar du Rhin (B1)** : le recensement effectué en 2010 a servi à alimenter les cartes multimodales des 5 secteurs du territoire qui ont été imprimées en septembre 2011. Ce groupe de travail a donc été fusionné avec celui concernant les chartes de bonnes pratiques.

Ces réalisations ont été médiatisées lors de la présentation des outils de communication du projet Rhenatour organisée le 14 avril 2011 à la Région Alsace en prolongement du forum transfrontalier consacré à la Charte européenne du tourisme durable dans les espaces protégés. Elles ont également été présentées lors de l'événementiel de clôture du projet Rhenatour qui a eu lieu à Rhinau le 30 septembre 2011 et à l'occasion de la rencontre des acteurs régionaux du 17 novembre 2011 à la Région Alsace.

1.1.2. DEVELOPPEMENT – MARKETING TERRITORIAL
B. Coopération touristique transfrontalière

Budget 2012 : 10.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Afin d'accompagner les opérations de développement et de promotion touristiques à l'échelle de l'espace du Rhin Supérieur et pour respecter les engagements pris dans le cadre des projets financés au titre d'INTERREG, sont prévus :

- 5.000 € pour la 3^e tranche et la clôture de l'initiative « Tourisme dans la région métropolitaine du Rhin Supérieur » (Upper Rhine Valley/URV) ;
- 5.000 € pour Démarrage, opération de valorisation de l'Eurovéloroute n° 15 (Andermatt/CH – Rotterdam/NL). Cette opération vise à faire de la Véloroute Rhin une référence à l'échelle européenne en termes d'accueil, de promotion et de commercialisation.

L'ADT participe au mieux au pilotage de ces projets qui comptent un grand nombre de partenaires. Les différences remarquables entre l'organisation des acteurs touristiques de part et d'autre du Rhin rendent ces opérations difficiles à suivre et à pérenniser dans le temps quand bien même elles s'avéreraient efficaces en matière de promotion sur les marchés européens et lointains.

L'Agence est, au demeurant, extrêmement investie dans les démarches transfrontalières initiées par l'Association « Rhin Vivant » et portant sur le développement d'un tourisme responsable dans les milieux naturels sensibles des bords du Rhin. Elle participe également pleinement à la vie de l'association et aux travaux concernant la pérennisation de ses activités. Ainsi une réflexion est en cours pour le lancement, en 2012, d'un second projet INTERREG IV avec un nombre d'actions et de partenaires restreint.

Enfin, 2012 devrait voir se concrétiser l'initiative de promotion touristique de l'art contemporain à l'échelle Rhin Supérieur, financée au travers d'URV. L'ADT du Bas-Rhin porte, avec le Réseau Trans-Rhin-Art, ce projet depuis la fin 2010 et entend le faire aboutir au titre du groupe de travail « Projets innovants » animé par l'Agence.

L'ensemble des actions soutenues par l'ADT (et par le Conseil Général du Bas-Rhin) au niveau transfrontalier correspondent aux orientations stratégiques suggérées au titre de la Stratégie touristique Alsace 2012-2014 (vélo, art contemporain, innovations, éco-tourisme, etc.).

Coût estimé : 10.000 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	10.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 0,30

Indicateurs

	2010	2011
Interreg IV RheNaTour		
Comités de pilotage	2	1
Réunions groupes de travail	2	4
Réunions diverses	6	7
Interreg IVB Upper Rhine Valley		
Réunions comité directeur		2
Réunions groupes de travail		2
Véloroute Rhin – programme		
Interreg IVB Démarrage		
Réunions préparatoires au lancement	4	
Réunions comité directeur		3
Réunions comité technique		2
Association Vis-à-Vis		
Réunions comité directeur	2	3
Réunions comité technique	2	2
Journée de formation	2	2

Organisme : **ADT**
 Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT
1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.2. Coopération touristique
C. Maison de l'Alsace à Paris

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : NATIONAL ET INTERNATIONAL
Public concerné : COLLECTIVITES LOCALES ET TERRITORIALES – ASSOCIATIONS – PROFESSIONNELS - PRIVES	
Personnel à contacter pour cette action : ADT - Direction – Tél. : 03 88 15 45 90	

Budget 2011 : 10.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Pour l'année 2011, l'ADT a participé à la préparation et à la tenue des réunions des instances délibérantes de la Maison de l'Alsace à Paris (Conseil d'Administration et Assemblée Générale), dont l'enjeu essentiel portait sur le devenir des missions de cette ambassade parisienne pendant et après les travaux de restructuration (rénovation programmée sur 2012-2013).

Au delà d'une modeste participation à l'animation du réseau des « Talents d'Alsace » de Paris, l'ADT a facilité l'organisation d'un voyage en région de chefs d'entreprises sélectionnés par la Maison de l'Alsace.

Budget 2012 : 10.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Avec le démarrage des travaux de restructuration/modernisation de la Maison de l'Alsace à Paris, le programme d'actions sera précisé au fur et à mesure en ciblant, comme les années précédentes, celles permettant la mobilisation des réseaux de prescripteurs et de créateurs « amis de l'Alsace » et influents dans la capitale. Les opportunités offertes pour entretenir la notoriété de la Destination touristique seront recherchées en privilégiant les actions partenariales au service de l'objectif prioritaire de la stratégie touristique Alsace 2012-2014 en faveur de la séduction des prescripteurs.

Coût estimé : 10.000 €		
	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	10.000 €	---
Moyens nécessaires	pm	---

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT

1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.2. Coopération touristique

D. Massif des Vosges

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : NATIONAL
Public concerné : COLLECTIVITES PUBLIQUES TERRITORIALES – ASSOCIATIONS – PROFESSIONNELS - PRIVES	
Personnel à contacter pour cette action : ADT – DEVELOPPEMENT - Service Editions et Thématiques – Tél. : 03 88 15 45 95	

Budget 2011 : 12.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Le programme d'actions 2011 du comité de promotion collective du Massif des Vosges a porté sur les réalisations placées sous la maîtrise d'ouvrage de l'ADT 68, à savoir :

- la réédition du dépliant carte « Massif des Vosges » ;
- l'édition de la lettre d'information « Massif des Vosges Tourisme » N° 4 consacrée aux lieux d'histoire dans le Massif ;
- l'édition de la lettre d'information « Massif des Vosges Tourisme » N° 5 consacrée à l'accueil sur les sentiers rectangle du Massif ;
- des insertions publicitaires ;
- la refonte du site internet www.massif-des-vosges.com.

Par ailleurs, dans le cadre de la stratégie touristique du Massif des Vosges, l'ADT du Bas-Rhin a pris part aux 5 groupes de travail : sites emblématiques, stations vallées, bien-être, éco-tourisme et itinérance.

Budget 2012 : 12.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Le programme d'actions 2012 du comité de promotion collective du Massif des Vosges porte sur les réalisations ci-dessous :

- la réédition de la brochure d'appel Massif des Vosges ;
- l'édition de deux lettres d'information ;
- le financement de supports suite aux choix entérinés dans le cadre de la stratégie touristique du Massif des Vosges.

Dans le cadre de la stratégie touristique du Massif des Vosges, l'ADT prendra en charge l'animation du groupe de travail lié à l'itinérance.

Coût estimé : 12.000 €		
Financeurs et montants demandés	Conseil Général	Autres
	12.000 €	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 1	ETP : 0,10

Indicateurs

	2010	2011
Nombre de brochures éditées /volumes édités en nombre total d'exemplaires (ex)	Brochure d'appel hiver Massif des Vosges : 35.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT68) Lettre d'information Massif des Vosges - 2 numéros : 5.000 ex chacune (maîtrise d'ouvrage : ADT68)	Carte d'appel hiver Massif des Vosges : 45.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT68) Lettre d'information Massif des Vosges - 2 numéros : 5.000 ex chacune (maîtrise d'ouvrage : ADT68)
Site Internet Massif des Vosges		Création d'un nouveau site- (maîtrise d'ouvrage : ADT68)
Etude finalisée		Mission diagnostic sur le sentier GR5 – rectangle rouge – de Wissembourg à Belfort
Réunions : - comité de promotion touristique Massif des Vosges - groupes de travail dans le cadre de la stratégie de destination touristique Massif des Vosges		3 3

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT

1.2. EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

1.2.1. Editions généralistes

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : NATIONAL ET INTERNATIONAL
Public concerné : GRAND PUBLIC et PROFESSIONNELS	
Personnel à contacter pour cette action : ADT - Service Editions et Thématiques – Tél. : 03 88 15 45 95/96	

Budget 2011 : 85.500 €

Bilan de l'exercice écoulé

Le programme 2011, estimé à 191.000 € dont **85.500 €** à la charge de l'ADT 67, a concerné les éditions ci-dessous :

- la réédition du guide « Hôtels Restaurants Alsace » 2011-2012 (maîtrise d'ouvrage : ADT 68) ;
 - la réédition du guide « Camping Caravaning Alsace » 2011-2012 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) ;
 - la réédition d'un guide des meublés « Clévacances Alsace » 2011 (maîtrise d'ouvrage : ADT 68) ;
 - la réédition du guide « Manifestations Alsace » 2011 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) ;
 - la réédition du « guide pratique à l'usage des organisateurs de voyages Alsace » 2011-2012 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) ;
 - l'impression d'affiches pour la mise en avant des sites et destinations (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) ;
 - un poste iconographie photos, complété par un poste vidéo, afin d'alimenter régulièrement (2 à 3 vidéos par mois) le site www.destination-alsace.fr partagé avec le CRT. L'accès à ces images est proposé, depuis fin 2010, aux Offices de Tourisme pour leur permettre d'animer leur site respectif, au même titre que ceux de l'ADT 67 et du CRT.
- Enfin, l'ADT s'est associée, comme en 2010, au Festival International du Film Touristique (FIFT) de Saverne dont elle a cherché à faciliter l'organisation et la promotion grâce à la mobilisation de personnes référentes dans le monde de l'audiovisuel et des réseaux sociaux.
- Elle a, en outre, proposé la définition d'une stratégie de marketing territorial et de promotion touristique par l'image de façon à fédérer, si possible, les initiatives nombreuses dans ce domaine.

Budget 2012 : 83.500 €

Programme prévu pour l'exercice

Le programme d'éditions sera réalisé en partenariat étroit avec l'ADT 68 (en application des termes de la convention de partenariat signée le 18 septembre 2006), en cohérence avec les éléments graphiques et la communication touristique régionale et pour s'inscrire dans la mise en œuvre de la stratégie touristique Alsace 2012-2014.

Il propose, en outre, de poursuivre le principe adopté en 2006 selon lequel priorité serait donnée à l'édition de documents d'appel « légers » renvoyant vers les sites internet existants, voire à améliorer et surtout à enrichir. Cette option répond à une triple exigence :

- une augmentation exponentielle du nombre de consultations par la toile et le développement indispensable du nombre de liens entre les sites, gage du bon référencement de ces derniers et garantie pour la notoriété de la destination touristique,
- une nécessaire réactivité et simplicité d'intervention s'agissant de l'actualisation des données et coordonnées relatives aux services, à leurs prestataires et aux tarifs pratiqués,
- enfin, une réduction des consommables, tant en supports papier qu'en utilisation d'encres, d'énergie et de moyens de transport, dans un souci de développement durable.

L'orientation proposée ne suggère pas la disparition du « support papier », mais plutôt sa spécialisation en optimisant l'usage. La réalisation d'éditions « Alsace » participe également de cette politique et mérite d'être encouragée, sous réserve de la mise à niveau et de l'enrichissement des bases de données et de références. Au demeurant, la création d'informations nouvelles et actualisées permet de compléter le LEI et, par là même, les sites des organismes touristiques et des prestataires partenaires.

Le programme 2012, estimé à 221.500 € dont 83.500 € à la charge de l'ADT, concernera les éditions généralistes énumérées ci-dessous :

- la réédition du guide « Hôtels Restaurants Alsace »,
- la réédition du guide « Camping Caravaning Alsace »,
- la réédition d'un guide des meublés « Clévacances Alsace »,
- la réédition du guide « Manifestations Alsace »,
- la réédition du « guide pratique à l'usage des organisateurs de voyages Alsace »,
- l'impression d'affiches pour la mise en avant des sites et destinations.

	Dépenses	Recettes	Solde ADT 67
Hôtels-Restaurants 2013-2014	40.000	20.000	20.000(*)
Camping caravaning 2012-2013	12.000	6.000	6.000(*)
Hébergements collectifs	-	-	-
Meublés Clévacances 2012	18.000	12.000	6.000(*)
Manifestations 2012	30.000	15.000	15.000(*)
Guide pratique organisateurs de voyages 2014-2015	20.000	10.000	10.000(*)
Support régional de promotion touristique (carte, brochure, magazines,...)	100.000	75.000	25.000
Affiches	1.500	-	1.500
Total Editions généralistes	221.500	138.000	83.500

(*) dont 57.000 € imputables sur le compte commun ADT 67/68

Coût estimé : 83.500 €		
	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	83.500 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 1,00

Indicateurs

	2010	2011
Nombre de brochures généralistes éditées /volumes édités en nombre total d'exemplaires (ex)	<p>Interdépartementales :</p> <p>Camping caravaning papier : 50.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT 68)</p> <p>Auberges de jeunesse, chalets-refuges et hébergements collectifs : 25.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p> <p>Meublés Clévacances : 10.000 ex. papier (maîtrise d'ouvrage : ADT 68)</p> <p>Manifestations Alsace : 50.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p> <p>Brochure touristique régionale (correction partie bas-rhinoise pour les versions français et allemand) : 10.000 ex chacune (maîtrise d'ouvrage CRT)</p>	<p>Interdépartementales :</p> <p>Hôtels restaurants 60.000 ex. papier + 1.000 ex. DVD (maîtrise d'ouvrage : ADT 68)</p> <p>Auberges de jeunesse, chalets-refuges et hébergements collectifs : 1.000 ex. DVD (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p> <p>Guide pratique à l'usage des organisateurs de voyages : 5.000 ex papier + 1.000 ex. DVD + 8 pdf téléchargeables (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p> <p>Meublés Clévacances : 10.000 ex. papier (maîtrise d'ouvrage : ADT 68)</p> <p>Manifestations Alsace : 50.000 ex. + 4 pdf téléchargeables (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p>
Nombre d'affiches généralistes produites	Création de 2 affiches sur Strasbourg : Strasbourg, Capitale de Noël : 2.000 ex et Strasbourg, La Petite France : 2 000 ex.	Création de 2 affiches : Saverne, tourisme fluvial Eurovélo 5 : 2.000 ex. Gastronomie Kougelhof : 2.000 ex.
Iconographie	Acquisition d'un fond photographique sur les pratiques de randonnées (ADT67)	Acquisition d'un fond de photographies culinaires (ADT67)
	Réalisation de 10 clips vidéo pour mise en ligne sur le net (maîtrise d'ouvrage CRT/ADT67)	Réalisation de 10 clips vidéo pour mise en ligne sur le net (maîtrise d'ouvrage CRT/ADT67)

Organisme : ADT Exercice : 2012
--

1. DEVELOPPEMENT
1.2. DEVELOPPEMENT – EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

1.2.2. Editions et filières thématiques	
Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : NATIONAL ET INTERNATIONAL
Public concerné : GRAND PUBLIC et PROFESSIONNELS	
Personnel à contacter pour cette action : ADT - Service Editions et Thématiques – Tél. : 03 88 15 45 82/93/95	

Budget 2011 : 42.300 €

Bilan de l'exercice écoulé

Le programme 2011 des éditions thématiques, estimé à 99.500 € dont 42.300 € à la charge de l'ADT 67, s'est concrétisé par les réalisations suivantes :

a) Tourisme culturel :

- **Coopération avec la Burgenstrasse**
 Cette route emblématique d'Allemagne rassemble plus de 90 châteaux et châteaux-forts entre Mannheim et Prague sur une distance de près de 1.200 km. De nombreuses prestations, telles que des restaurants et des hébergements, des visites de châteaux et de villes fortifiées, ainsi que des animations, sont regroupées sous cette bannière et commercialisées au niveau international. Les responsables de la Burgenstrasse souhaitant prolonger cet itinéraire vers l'Ouest jusqu'en Alsace et afin de mesurer l'intérêt des acteurs locaux en faveur d'une action collective, un rapprochement avec les membres de l'association allemande a été initié par l'ADT 67, à travers :
 - une réunion d'information à destination des socioprofessionnels le 16 juin,
 - un voyage d'étude en Allemagne pour les partenaires intéressés le 7 juillet,
 - un journée de découverte en Alsace de membres du comité de direction de la Burgenstrasse le 20 octobre,
 - la création d'un comité technique, réuni pour la première fois le 1^{er} décembre ; avec l'accord du Président du Conseil Général du Bas-Rhin, ce comité technique permettra de poser les contours d'un projet de coopération et de circonscrire les avantages économiques (positionnement marketing, financements européens, etc.) que peut apporter ce nouveau partenariat.
- **Projet de tourisme participatif « Bâtitteur de château fort »**
 Le Département du Bas-Rhin, partenaire et accompagnateur des associations et des bénévoles bas-rhinois à travers le service du patrimoine culturel, a fait émerger, structure et accompagne au quotidien un important réseau de bénévoles œuvrant sur le patrimoine bâti, en particulier castral. Dans un contexte de transversalité entre les structures, la réalisation d'un stage en commun, en 2010, a fait émerger un concept novateur visant à une appropriation nouvelle et originale du Patrimoine par la population et les touristes. Afin d'expérimenter cette nouvelle forme de tourisme, l'équipe de l'ADT s'est rendue sur un des sites identifiés par les stagiaires (le château du Schoeneck à Dambach-Neunhoffen) le 25 octobre. La journée d'exploration, appréciée unanimement pour ses échanges fructueux, a permis une découverte du site personnalisée, avec l'initiation et la mise en pratique de techniques de travail simples sur chantier.

■ **Tourisme de mémoire**

▶ Sur invitation de ses homologues haut-rhinois, l'ADT du Bas-Rhin a participé aux premières Assises du Tourisme de mémoire qui se sont déroulées au Sénat le 26 mai. Sur un stand commun, les ADT ont présenté l'ensemble du patrimoine militaire du territoire, diffusé la documentation générale et spécifique aux sites et ont exposé les projets développés pour valoriser les sites de mémoire.

▶ Le Ministère de la Défense et des Anciens Combattants (Direction de la Mémoire, du Patrimoine et des Archives, DMPA), le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie (Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services, DGCIS), et l'Agence de Développement Touristique de la France – Atout France se sont associés pour la réalisation d'une étude sur le poids et l'impact économique du tourisme de mémoire, dont ils ont confié la réalisation à l'Agence TRACES TPI.

Le Département du Bas-Rhin a été retenu pour la seconde phase de l'étude, visant à apprécier les retombées économiques dont le tourisme de mémoire permet de bénéficier. Elle a notamment reposé sur des enquêtes approfondies menées auprès des visiteurs des sites les plus caractéristiques du département, en vue d'en déterminer le rapport au tourisme de mémoire et le profil de dépenses. L'ADT a appuyé la démarche en impliquant au mieux les sites sélectionnés (Fort de Mutzig, Fort du Four à chaux, Fort de Schoenenbourg, Mémorial de l'Alsace-Moselle, Struthof) et en apportant son soutien technique au cabinet d'étude.

■ **2 000 ans d'architecture en Alsace : www.tourisme67.mobi**

▶ adjonction de 6 nouveaux sites (la maison bloc d'Alsace Bossue ou « Schopfhus », l'abbatiale Saint-Pierre et Saint-Paul de Wissembourg, le musée historique de Haguenau, l'église Saint-Pierre-le-Jeune à Strasbourg, le site du Donon à Grandfontaine, l'église Notre-Dame de Neunkirch à Friesenheim) ;

▶ création de contenus sonores ;

▶ géolocalisation de tous les sites ;

▶ réalisation de 5 circuits audio (un par territoire).

Le recours à des partenariats est privilégié autant que possible afin de promouvoir une politique de liens efficiente et la diffusion des contenus multimédia réalisés localement.

■ **Appui à l'association strasbourgeoise « Les restaurants ont une histoire »**

Dans l'objectif de professionnaliser l'action de l'association et de gagner en lisibilité, l'ADT a lancé une réflexion autour de la création d'outils de médiation.

Afin de valoriser les membres et de faciliter l'accès du public aux informations historiques des différents établissements, le projet consiste à créer :

▶ un site mobile avec système de géolocalisation des prestataires « De l'histoire dans l'assiette », permettant également l'hébergement des données et l'accès à un circuit audio accessible en mobilité, ainsi qu'un circuit QR codes avec les informations de chaque établissement ;

▶ un livret d'accueil trilingue à disposition de la clientèle dans chaque établissement présentant « La grande histoire et les petites anecdotes de l'établissement ».

A la fin 2011, le programme de travail élaboré par l'ADT, en appui des moyens de cette association, n'était pas engagé faute d'arbitrage de la part des responsables de cette dernière.

■ **Mes routes d'Alsace par GPS : www.alsacegps.com**

« Un des 4 lauréats du Challenge de l'initiative touristique 2011 organisé par le RésOT-Alsace, concours visant à récompenser les initiatives les plus remarquables en matière de qualité, d'innovation, de durabilité, et susceptibles d'étonner nos visiteurs. »

Le module en français, réalisé en partenariat avec nos homologues du Haut-Rhin, est un guide d'un nouveau genre, permettant une visite différente et offrant un nouveau service : une visite personnalisée de l'Alsace, avec un guidage numérique vocal et une information patrimoniale ou historique accessible en mobilité ! Il présente les sites et monuments incontournables de la région via une interface Web intégrant une cartographie interactive, avec un guidage par GPS et des informations patrimoniales ou historiques sur site mobile.

8 parcours de visite destinés aux visiteurs disposant d'un GPS et/ou d'un Smartphone ont été créés :

- la Route des Vosges du Nord,
- la Route des Potiers, des Villages pittoresques et des Châteaux forts,
- la Route des Vosges Centrales,
- la Route du Rhin,
- la Route des Vins d'Alsace,
- la Route Joffre,
- la Route Verte,
- la Route des Crêtes.

Les parcours traversent de 30 à 100 points d'intérêt et comprennent de 8 à 16 points audio selon leur étendue départementale ou régionale, ainsi que de nombreuses illustrations insolites. Ils s'appuient sur les informations touristiques et pratiques contenues dans la base de données du LEI.

En fonction des préférences de l'internaute et du temps dont il dispose, il a accès à différentes visites, qui lui permettent d'établir son parcours personnalisé. Grâce à la carte interactive, il a la possibilité de visualiser les différents circuits, ainsi que sa sélection, avec les informations pratiques sur les sites à visiter et les services à proximité. Une fois son choix arrêté, le fichier de son circuit est généré. Il ne lui reste plus qu'à charger son circuit sur son module GPS, imprimer son road book, si besoin, et se laisser guider à travers les paysages alsaciens...

■ **Concours photo « Europalsace 2011 » (18 juin au 8 septembre) : www.europalsace.eu**

Afin de renforcer la notoriété apportée par les institutions européennes et d'offrir la possibilité au visiteur à « vivre l'Europe en Alsace », l'image de l'Alsace, ambassadrice de l'Europe, ne doit pas se limiter qu'un concept. L'ADT a décidé de lancer un concours photo pour fédérer le plus grand nombre (alsaciens et touristes) autour de l'Europe en Alsace, chacun se sentant investi d'un devoir : celui de prouver que l'Europe vit bien ici, en Alsace !

Le concours en quelques chiffres :

- 11.000 visiteurs sur le site ;
- 139 participants (121 participants conformes) ;
- 1.400 votants.

Les deux gagnants ont été annoncés lors de la Foire Européenne, avec la projection d'un diaporama des meilleures photos sur le stand du Conseil Général.

Ces photos pourront également être valorisées lors d'expositions et dans le projet futur de Serious Game.

b) Tourisme nature :

- **Réédition** de la brochure d'appel et de l'encart informatif « Tourisme équestre Alsace ».

c) Arts et Traditions populaires :

Le chapitre 2011 représente près de 16.000 € correspondant au budget prévu. Il se décline en une programmation annuelle de manifestations (soirées estivales et veillées de Noël), d'une part, ainsi que l'engagement d'une réflexion en faveur d'une valorisation des traditions et animations autour de la thématique « Printemps Pâques », d'autre part. Par ailleurs, l'exposition sur le costume réalisée à partir de reportages photographiques diligentés en 2009 a été présentée à plusieurs reprises en 2011. Enfin, un cahier des charges a été finalisé pour le projet de création d'un costume identifiant l'Alsace.

• Soirées estivales

Intitulées « Musiques, danses et légendes d'Alsace », elles animent ponctuellement la facette « tradition » de secteurs géographiques variés, avec l'appui de structures locales (offices de tourisme et villages de gîtes). 17 soirées ont eu lieu (dont 16 ayant bénéficié de la prise en charge prévue dans ce cadre par l'ADT en faveur des groupes folkloriques prestataires). Les salles à chaque fois comblées confirment le succès de cette formule conviviale (danses entrecoupées d'anecdotes, témoignages sur le costume en référence aux habits portés par les danseurs, restauration légère, communication touristique locale, points de vente le cas échéant, notamment de produits du terroir). Une évolution nette se dessine en faveur de pourcentages encore jamais atteints de clientèles touristiques par rapport aux locaux.

• Veillées de Noël et Sentier de Saint-Nicolas (Scherwiller)

6 opérations, dont 5 veillées, ont été co-programmées avec les acteurs locaux, dont une se situant pour la première fois à Rosheim. 2011 est un bon cru, même si la fréquentation reste plus aléatoire, en fonction de la météo ou de la concurrence d'autres offres événementielles. Le Sentier Gourmand de la Saint-Nicolas, initié à Scherwiller, a rencontré un beau succès avec, parmi les troupes locales, des animations folkloriques conçues spécialement sous forme de saynètes en centre-village. Ces manifestations annuelles permettent de pérenniser et d'améliorer nos partenariats locaux pour lesquels le bénévolat local contribue pour beaucoup à la qualité des opérations.

L'ADT accompagne la communication de ces 2 types de manifestations par des affiches et flyers, communiqués et annonces presse, lien Internet, etc.

• Lancement d'une dynamique « Printemps Pâques » et calendrier événementiel ad hoc

En 2011, le Comité « Printemps Pâques » est né de la volonté de faire émerger une période touristique liée au temps de Pâques et au printemps (cf. Programme 2012).

d) Thématique « Enfants-Famille » :

Plus ou moins en sommeil ces dernières années, la filière a été remise à l'ordre du jour en 2011, grâce à l'émergence du projet de passeport touristique régional « Pass'Alsace », qui a pour objectif de générer de nouveaux flux de clientèles.

Dans un contexte d'hyper concurrence et face à la mutation de la demande, à l'évolution des modes de consommation, au développement des technologies de l'information et de la communication, ainsi qu'à la personnalisation de l'offre, il est nécessaire de donner du sens à la consommation, dans une démarche marketing d'hyper qualité et de relation affinitaire.

Le pass favorisera la découverte du patrimoine régional et, à terme, prolongera le temps moyen de séjour en Alsace en organisant la mise en réseau des prestataires au niveau, d'une part, de leur mise en marché (élaboration d'une offre globale construite) et, d'autre part, d'animation du réseau des acteurs engagés dans la dynamique.

Pour la réalisation de ce projet, l'ADT s'est accompagnée d'une étudiante BTS Animation et Gestion Touristiques locales, en contrat de professionnalisation de septembre 2011 à juin 2012.

Budget 2012 : 64.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Ces publications et actions s'inscrivent dans le cadre d'un processus avec un double objectif, à savoir :

- faire connaître les fondamentaux de la notoriété touristique alsacienne et les organiser pour créer des visites thématiques, voire des itinéraires,
- faire émerger, assembler des offres de prestataires et les mettre en marché, afin d'enrichir la destination Alsace autour de produits de tourisme de découverte ou de tourisme actif.

Elles font parties intégrantes de plans d'actions pluriannuels et sont réalisées à travers des actions d'animation, de mobilisation et d'organisation des partenaires. Dans la mesure du possible, ces éditions thématiques seront désormais réalisées dans le cadre du partenariat interdépartemental.

Le **programme 2012 des éditions thématiques**, estimé à 114.000 € dont **64.000 €** à la charge de l'ADT, est proposé comme suit :

a) Tourisme culturel :

Il est envisagé de construire des partenariats techniques et financiers avec des prestataires de services touristiques, privés et regroupés (associations de développement et de promotion territoriales ou thématiques), afin de diversifier les supports d'information pour les clients.

Dans la continuité des actions déjà engagées et afin de renouveler les documents arrivant à épuisement, il est prévu de réaliser :

- un outil de promotion des fortifications en Alsace regroupant les lieux de mémoire et les châteaux forts,
- un parcours virtuel sur l'art contemporain en partenariat avec la Maison européenne de l'architecture du Rhin supérieur, dans le cadre du site mobile "2000 ans d'architecture en Alsace »,
- la mise en œuvre du "Pass'Alsace" initié en 2011, en vue d'inciter les visiteurs et clients potentiels à multiplier les découvertes à des tarifs préférentiels, et de favoriser une meilleure structuration d'un réseau de sites.

b) Tourisme Nature :

- réédition de la carte d'appel « Canaux & Véloroutes » avec notamment l'intégration de la Véloroute du vignoble, voire d'autres itinéraires structurants proposés par les acteurs des territoires ;
- réédition de la brochure d'appel et de l'encart informatif « Tourisme équestre Alsace »,

c) Arts et Traditions populaires :

Il est proposé de reconduire le **programme d'animations annuelles** (soirées estivales « Musiques, danses et légendes d'Alsace » et veillées de Noël) des villages de gîtes ou Offices de Tourisme. Des **actions ponctuelles de formation au spectacle** (supervision scénique) accompagneraient l'une ou l'autre de ces manifestations, afin d'en consolider le concept et d'améliorer en permanence la qualité des prestations de groupes folkloriques amateurs.

Des partenariats locaux sont également prévus, avec la Fédération Régionale des Groupes Folkloriques d'Alsace ou en lien avec le projet de **création d'un costume identifiant l'Alsace**, ou encore pour la présentation de l'exposition « Danse avec les costumes » issue des reportages photographiques diligentés en 2009 par l'ADT.

Enfin, la réflexion menée sur « **Printemps et Pâques** » comme événement d'avant-saison conduit au lancement d'une programmation test. Ce projet, attendu par l'ensemble des professionnels (notamment les hébergeurs), vise à créer une attractivité qui renforcerait l'image de la région. Il s'appuierait sur la notoriété de l'Alsace et la richesse de ses traditions pascales. Leur mise en valeur non galvaudée ou leur « récréation » originale ou décalée, ainsi que la communication globale autour de ce projet constituent les principaux enjeux.

L'idée est, en effet, de proposer une offre basée sur les traditions régionales et leurs éléments de différenciation sur une période « événementielle » du 31 mars au 23 avril 2012 (avec des mentions « avant / après » pour les manifestations phares hors de ces dates). Cette offre s'adressera en particulier aux clientèles familiales française et allemande, dont les alsaciens, tant il est vrai que l'appropriation locale est le meilleur ambassadeur touristique.

Du côté de l'offre :

La dynamique créée à l'initiative de l'ADT du Bas-Rhin permettra de proposer, dès 2012, une offre globale au public : manifestations existantes, requalifiées au besoin ou créées ex nihilo, activités sur sites, séjours hôteliers... Dans cette « éclosion » de projets, l'idée est de valoriser les emblèmes régionaux traditionnels liés à Pâques ou à l'idée du « printemps » et de les décliner en expressions plurielles et savoir-faire.

Concrètement, à côté de « marchés de Pâques », toute une série de manifestations qualitatives sera promue, sans viser, forcément, une fréquentation de masse : chasses aux œufs, ateliers divers, conférences (traditions, renouveau...), menu Pâques en « filière courte » du côté des restaurateurs-chefs de cuisine d'Alsace...

Du côté de la communication :

Parallèlement à la constitution de l'offre, une pré-communication sous forme de supports cartes postales et affiches bilingues F et D diffusées dans et via les Offices de tourisme a été réalisée, courant décembre 2011, par le Comité Régional du Tourisme.

Par ailleurs, les ADT Bas-Rhin et Haute-Alsace ont engagé un partenariat avec le magazine bimensuel EN ALSACE qui consacrera, début février, un dossier de 16 pages sur Pâques en Alsace.

L'ensemble de ces initiatives trouvent aujourd'hui écho auprès de l'Office de la Langue et de la Culture d'Alsace (OLCA) avec un souhait partagé de formalisation d'un partenariat équilibré et constructif.

	Dépenses	Recettes	Solde ADT 67
Thématiques	114.000	50.000	64.000
Tourisme culturel	53.000	29.000	24.000
Fortifications (2012-2013)	30.000	15.000	15.000(*)
Parcours virtuel art contemporain	2.000	-	2.000
Pass'Alsace	21.000	14.000	7.000(*)
Tourisme Nature	41.000	21.000	20.000
Canaux cyclo véloroutes	36.000	18.500	17.500(*)
Equestre	5.000	2.500	2.500(*)
Arts et traditions populaires	20.000	-	20.000
ATP Animations Musiques, Danses et Légendes	16.000	-	16.000
ATP – formation	1.000	-	1.000
Printemps/Pâques	3.000	-	3.000

(*) dont 42.000 € imputables sur le compte commun ADT 67/68

Coût estimé : 64.000 €		
	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	64.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 3	ETP : 1,46

Indicateurs

	2010	2011
Coopération avec la Burgenstrasse		<ul style="list-style-type: none"> - 20 participants à la réunion d'information - 20 participants à l'éductour en Allemagne - 30 personnes mobilisées par le voyage de découverte (partenaires allemands et français) - 18 participants au 1^{er} comité technique
Enquête sur le poids et l'impact économique du tourisme de mémoire		<ul style="list-style-type: none"> - 8 jours d'enquête - 200 questionnaires avec un taux de remplissage de 98% - 1 table ronde avec les partenaires
Site mobile 2000 ans d'architecture en Alsace	Intégration du développement « 2000 ans d'architecture » sur le site mobile « tourisme67.mobi » avec 35 sites et 266 vues - 116 pages : 4.691 visites du 15.8 au 31.12.2010.	<ul style="list-style-type: none"> - 41 sites valorisés et autant de points sonorisés - 5 circuits audio - 15.000 visiteurs sur l'année
Mes routes d'Alsace par GPS		8 circuits - 450 points d'intérêt - 80 points audio - 500 services pratiques (restauration, hébergement, camping, camping-car, aires de pique-nique)
Concours photo « Europalsace 2011 »		<ul style="list-style-type: none"> - 139 participants au total - 120 photos conformes - 1.400 votants - 11.000 visiteurs sur le site
Communication	Site mobile « 2000 ans d'architecture » : 2 tournages vidéo - 4 articles presse écrite et 10 articles Web	<ul style="list-style-type: none"> - Site mobile « 2000 ans d'architecture » : 1 passage radio - 1 vidéo You-Tube - Concours photo « Europalsace 2011 » : 2 articles presse écrite et 30 articles Web

Indicateurs (suite)

	2010	2011
Nombre de brochures thématiques éditées /volumes édités en nombre total d'exemplaires (ex)	<p style="text-align: center;">Brochures interdépartementales</p> <p style="text-align: center;">Tourisme équestre : 5.000 ex brochure d'appel 5.000 ex encart pratique (maîtrise d'ouvrage : ADT68)</p> <p style="text-align: center;">Dépliant canaux et véloroutes : 50.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p> <p style="text-align: center;">Brochure d'appel hiver Massif des Vosges : 45.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT68)</p> <p style="text-align: center;">Lettre d'information Massif des Vosges - 2 numéros : 5.000 ex chacune (maîtrise d'ouvrage : ADT68)</p> <p style="text-align: center;">Flyer Nature Capitale : 10.000 ex (maîtrise d'ouvrage : ADT67)</p> <p style="text-align: center;">Brochure Bas-Rhin</p> <p style="text-align: center;">Flyer 2000 ans d'architecture : 15.000 ex</p>	<p style="text-align: center;">Brochures interdépartementales</p> <p style="text-align: center;">Tourisme équestre : 5.000 ex encart pratique 10 carnets de route sous forme de pdf téléchargeables équivalents à 20 pages A4 (maîtrise d'ouvrage : ADT68)</p> <p style="text-align: center;">Canaux et véloroutes : remise à jour des 4 carnets de route publiés sous forme de pdf équivalents à 65 pages A4 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p> <p style="text-align: center;">Dépliant Alsace sans ma voiture : 20.000 ex papier + création de 25 carnets de route publiés sous forme de pdf équivalents à 168 pages A4 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p> <p style="text-align: center;">Brochure Bas-Rhin</p> <p style="text-align: center;">Flyer concours photo « Europalsace 2011 » : 30.000 flyers A5 (dont 10.000 en anglais)</p>
Nombre de fiches/pages web produites	<p style="text-align: center;">Remise à jour de toutes les fiches Cyclo, Rando, VTT , équestres et manifestations (soit 89 fiches)</p> <p style="text-align: center;">Création de 4 fiches dématérialisées sur les canaux et véloroutes</p> <p style="text-align: center;">L'ensemble de ces pdf ont été téléchargés 107.954 fois au cours de l'année 2010.</p>	<p style="text-align: center;">Remise à jour 83 fiches soit 329 pages comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - équestres (20 fiches/40 pages) (maîtrise d'ouvrage : ADT 68) - cyclo (22 fiches/109 pages), - rando (18 fiches/47 pages), - VTT (13 fiches/20 pages), - canaux et véloroutes (6 fiches/65 pages) - manifestations (4 fiches/ 48 pages) (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) <p style="text-align: center;">L'ensemble de ces pdf ont été téléchargés ????? fois au cours de l'année 2011.</p> <p style="text-align: center;">Création de 51 fiches soit 643 pages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dans le cadre du projet Alsace sans ma voiture, 43 carnets de route publiés sous forme de pdf équivalents à 343 pages A4 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) - présentation dématérialisée de l'édition du guide pratique à l'usage des organisateur de voyages Alsace sous forme de 8 pdf équivalents à 300 pages A4 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)
Nombre de participants aux formations ATP	<p style="text-align: center;">2 groupes folkloriques (Berstett et Rhinau) pour supervision scénique Veillée de Noël, ciblée notamment sur les enfants</p>	---
Nombre de participants aux animations ATP	<p style="text-align: center;">3.400 personnes aux animations estivales (17 soirées) 1.270 personnes aux animations de Noël (7 veillées)</p>	<p style="text-align: center;">3.370 personnes aux animations estivales (16 soirées) 1.330 personnes aux animations de Noël (5 veillées + Scherwiller)</p>

Indicateurs (suite)

	2010	2011
Démarche Printemps Pâques	---	+ de 130 manifestations recensées ou suscitées dans le Bas-Rhin et le Haut-Rhin fin 2011 1 partenariat engagé avec le magazine En Alsace
Exposition ATP - présentation	1 scénographie 2010 1 accrochage ADT 67 1 accrochage Conseil Général (inauguration)	3 accrochages : - Médiathèque de Roeschwoog en avril - Week-end du 14 juillet à La Wantzenau - « Les Terres à l'Envers » en septembre
Exposition ATP - suivi	---	Rédaction de la convention de prêt Gestion des droits à l'image Réfection de 3 faces des cubes
Costume revisité	Rédaction d'un cahier des charges, recherche documentaire	Finalisation du cahier des charges
Renouvellement iconographie ATP	Exploitation des 2 reportages photographiques thématiques • exposition de 67 vues - 36 vues décomposées en 50 panneaux - 11 vues décomposées en 16 faces encollées sur 8 cubes - 1 panneau générique • détourage de 2 vues dans le cadre du marché de Noël de Strasbourg à Tokyo	
Événementiels restauration, concours culinaires	1 concours culinaire Matelote au CINE de Muttersholtz	Implication dans la démarche Printemps Pâques

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT

1.2. EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

1.2.3. Technologies de l'Information et de la Communication - TIC

Date/Durée de l'action : **2012/1 an**

Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré :
NATIONAL ET INTERNATIONAL

Public concerné :
GRAND PUBLIC et PROFESSIONNELS

Personnel à contacter pour cette action :
ADT – Service TIC – Tél. : 03 88 15 45 84

Budget 2011 : 1.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

1. TIC

a) Internet

L'ADT du Bas-Rhin a été partie prenante de nombreux projets internet en 2011.

Les sites de l'ADT

- **www.tourisme67.com**
 - ▶ Mise à jour annuelle des contenus autour du cyclotourisme, de la randonnée, du VTT et du tourisme fluvial
 - ▶ Création de la nouvelle rubrique « L'Alsace sans ma voiture » avec la mise en place des fiches itinéraires téléchargeables au format pdf
 - ▶ Poursuite de l'aménagement de l'espace pro du site internet.
- **www.relsasace.com**
 - ▶ Début de la mise en place du nouveau site internet dédié à la réservation en ligne des séjours et nuitées d'hôtels vendus par le Service Bas-Rhin Réservation. Réalisé à la fois en interne et par la société NetHotels, il permettra d'afficher une vitrine simple et directe des offres bas-rhinoises, une fois le site internet commun mis en ligne.
- **www.tourisme-alsace-bas-rhin.fr**
 - ▶ Ce site, réalisé en interne, abrite depuis 2011 deux blogs distincts permettant d'afficher les articles des deux newsletters envoyées par l'ADT : « e-nitiatives touristiques » et la lettre commune aux Services Promotion. Les blogs, orientés vers les professionnels, permettent de lire les informations détaillées des brèves expédiées par e-mail.
- **www.alsace-rallyedefrance.fr**
 - ▶ Le blog « Destination Alsace, automobile et développement durable », piloté par l'ADT du Bas-Rhin, mais ouvert à tous les partenaires souhaitant participer à l'animation du site, a été reconduit en 2011. Lancé en 2010, concomitamment à l'évènement du Rallye de France – Alsace, il a pour but de montrer les liens historiques qui existent entre l'Alsace et l'automobile, d'évoquer des innovations techniques et d'aborder la thématique du développement durable.

1. TIC - Internet (suite)

Les sites construits en partenariat :

- **Le site Internet commun Alsace www.tourisme-alsace.com**
Les travaux de construction du site commun (ADT 67, ADT 68, CRT) se sont poursuivis en 2011. Après le choix des agences, la production est entrée dans une phase effective.
- **www.alsace-cyclhotel.com**
L'ADT suit la création du site internet de l'association Alsace Cyclhotel. Elle fait le lien entre les membres de l'association, l'agence qui réalise le site et le RésOT Alsace pour l'extraction des données de la base de données LEI.
- **www.upperrhinevalley.com**
L'ADT a suivi la mise en place de la carte interactive du site du projet INTERREG Upper Rhine Valley. Interfacée avec la base LEI, elle permet d'afficher les sites à visiter dans la vallée du Rhin en Allemagne, en Suisse et en Alsace.
- **www.massif-des-vosges.com**
L'ADT a suivi la construction du nouveau site du Massif des Vosges, en partenariat avec les départements des Vosges, du Haut-Rhin et du Territoire de Belfort. Ce nouveau site s'appuiera sur les LEI des trois régions concernées pour l'affichage des informations touristiques.
- **www.destination-alsace.fr**
Le site internet dédié à la vidéo en Alsace a pris de l'ampleur en 2011. La qualité du site et des vidéos a été améliorée. Ces dernières sont à présent tournées en 16/9^e (format professionnel) et en haute définition. Un lecteur de vidéo externe a été développé, qui permet à tous les Offices de Tourisme d'afficher sur leurs sites internet respectifs les vidéos de leur secteur. A noter également, la sortie d'une application de vidéos touristiques pour iPad (une première en France) et une application iPhone. Grâce à ces outils, la visibilité des vidéos a été décuplée, permettant le chiffre record de plus de 600.000 vidéos vues en 2011.

b) Autres actions

- **Réseaux sociaux**
L'ADT du Bas-Rhin est présente, depuis 2010, sur les réseaux sociaux, comme Facebook et Twitter, et a continué à partager avec sa communauté de fans des informations pratiques et des actualités.
- **La base LEI**
L'ADT a renouvelé sa participation active à la vie de la base régionale d'informations touristiques, le LEI, à travers le Comité Editorial et le Club LEI, comités permettant de décider des améliorations à apporter à la base, tant sur le plan technique que pour le contenu des informations.

c) Investissements matériels

Peu d'investissements matériels ont été nécessaires en 2011 étant donné que le parc informatique de l'ADT est récent et fonctionnel. Seuls quelques écrans et des licences logicielles ont été achetés.

2. Editions dématérialisées :

- Réactualisation des carnets de route « Rando », « Cyclo », « VTT », « Tourisme équestre », « Tourisme fluvial », « Lignes touristiques régulières » (sous une forme dématérialisée).

Budget 2012 : 105.400 €

Programme prévu pour l'exercice

Le poste **TIC** comprend, pour 2012, la création ou la poursuite du développement de différents sites Internet, le financement de matériels informatiques, de logiciels et licences d'utilisation pour le personnel de l'ADT, ainsi que le développement d'applications thématiques et la valorisation de certains outils existants.

1. Informatique (pm : 17.500 €)

Un montant de 17.500 € est proposé pour le renouvellement de matériel informatique et l'achat de licences.

- a) **Renouvellement du matériel (5.000 €)** : remplacement des écrans du personnel de l'ADT dans le but d'apporter le meilleur confort de travail possible. L'achat d'une tablette PC pour améliorer la fonction de classement des meublés de tourisme sur le terrain figure également sur cette ligne.
- b) **Licences et logiciels (10.500 €)** : achat de logiciels pour l'abonnement annuel au gestionnaire de contacts de l'ADT et clés de sécurité renforcées, permettant aux agents de l'ADT en situation de mobilité de se connecter au réseau internet de l'Agence. Le travail à distance sera ainsi facilité.
- c) **Matériel divers (2.000 €)** est proposé pour l'achat de matériel informatique divers.

Ces dépenses sont programmées dans d'autres chapitres (Achats de sous-traitance et Autres charges/Dotations aux amortissements).

2. Editions numériques (66.800 €)

Le recours aux TIC pour valoriser le patrimoine régional nous permet de développer des outils innovants et ainsi de nous différencier des régions concurrentes. Il s'agit pour l'Alsace de se faire connaître et reconnaître comme une destination à la pointe de la technologie, en veillant bien à développer de nouveaux services en adéquation avec les nouveaux usages des visiteurs.

En outre, l'ensemble des contenus dématérialisés doivent pouvoir servir les actions de promotion au fil de l'année (les coups de cœur, les calendriers actualisés, les offres promotionnelles, les événements...).

Le **programme 2012 des éditions dématérialisées**, estimé à 129.600 € dont **66.800 €** à la charge de l'ADT, est proposé comme suit :

■ **Iconographie photos-films**

Un poste iconographie photos, complété par un poste iconographie film, nécessaires pour renouveler les visuels à utiliser à la fois pour l'impression, mais également pour l'illustration des supports dématérialisés (sites internet, CD-Rom). Cette iconographie, dont la ligne et le discours retenus en relation étroite avec le CRT et l'ADT du Haut-Rhin, doit traduire le « mouvement » et le dynamisme dans lequel s'inscrit l'Alsace tout en préservant les valeurs de tradition qui fondent la notoriété de la région. Les orientations 2012 seront à définir en cohérence avec les recommandations formulées dans le cadre de la démarche « Marque Alsace ».

- La traduction de l'interface et la promotion de l'outil « **Mes routes d'Alsace par GPS** », 8 parcours à télécharger sur GPS avec le détail illustré sur smartphone.

- La **valorisation touristique des patrimoines de 1870** en partenariat avec la Direction des Archives, du Patrimoine et de la Mémoire du Conseil Général du Bas-Rhin, avec la conception d'une application iPhone et/ou d'un site mobile thématiques. Cette opération s'inscrit dans le cadre d'un partenariat interdépartemental avec la Moselle.
- La **dématérialisation de l'abécédaire de la gastronomie** grâce à la création d'une application iPhone, en cohérence avec les outils développés dans le cadre du projet de site internet unique de Destination Alsace.
- La **réactualisation des carnets de route** « Rando », « Cyclo », « VTT », « Tourisme équestre », « Tourisme fluvial », « Lignes touristiques régulières » (sous une forme dématérialisée).

	Dépenses	Recettes	Solde ADT 67
Iconographie photos	9.000	6.000	3.000(*)
Iconographie films	48.000	32.000	16.000 (*)
Circuit auto GPS (interface D-GB-NL et promotion)	14.000	7.000	7.000(*)
Lieux de mémoire (appli iPhone et/ou site mobile 1870)	15.000	-	15.000
Abécédaire de la Gastronomie (appli iPhone)	15.000	7.500	7.500(*)
Cyclo (corrections carnets de route)	5.400	1.000	4.400
Rando (corrections carnets de route)	5.500	1.000	4.500
VTT dans le Bas-Rhin (corrections carnets de route)	1.100	-	1.100
Equestre (corrections des carnets de route)	9.000	4.500	4.500 (*)
Lignes touristiques régulières (corrections carnets de route)	6.400	3.200	3.200 (*)
Canaux (corrections carnets de route)	1.200	600	600 (*)
Total Editions numériques	129.600	62.800	66.800

(*) dont 41.800 € imputables sur le compte commun ADT 67/68

3. Internet (38.600 €)

La partie du budget dédiée à Internet prévoit la réalisation de nouveaux sites et la poursuite de projets en cours.

a) Site Internet Commun Alsace : un montant de **28.000 €** est proposé pour la poursuite du projet de site Internet commun de Destination entre les ADT et le CRT. La convention de propriété en indivision du site commun a été signée par les Présidents des structures concernées en février 2011. Celle-ci prévoit, outre les mécanismes décisionnels et des méthodes de travail, la répartition financière suivante : 20 % du budget global sont à la charge de chaque ADT, tandis que 80 % sont à la charge du CRT. Le budget proposé ci-dessus correspond à la quote-part de 20 % revenant à l'ADT du Bas-Rhin.

a) Site Internet Commun Alsace (suite)

L'année 2012 sera la première année complète de fonctionnement pour le nouveau dispositif, comprenant la nouvelle version du site **www.tourisme-alsace.com**, ainsi que sa déclinaison en version mobile et des applications pour smartphones.

Sont programmées en 2012, dans le cadre du projet commun, les actions suivantes :

- traduction du site www.tourisme-alsace.com en italien et néerlandais ;
- amélioration du site mobile www.tourisme-alsace.mobi ;
- création d'un site dédié à l'art de vivre et de la gastronomie (cf. supra) ;
- création d'un site dédié à l'itinérance et en particulier autour du cyclotourisme, thématique majeure de l'année à venir ;
- création d'un site dédié au tourisme en Famille ;
- abonnements et maintenance des sites.

b) Site Internet à destination des professionnels : un montant de **5.500 €** est proposé pour l'évolution de l'ancien site de l'ADT du Bas-Rhin, www.tourisme67.com, vers un site entièrement dédié aux professionnels du tourisme, le volet grand-public du site étant remplacé par le site commun. Ce site « pro » devra pouvoir satisfaire la demande des professionnels locaux, comme des agents de voyage programmant la Destination Alsace. Un tel outil sera susceptible d'être adapté, à son tour, en fonction de l'évolution des structures institutionnelles du tourisme d'Alsace.

c) Clévacances : un montant de **1.800 €** est proposé pour la gestion et l'amélioration du site www.clevacances-alsace.com, cogéré par l'ADT du Bas-Rhin et de Haute-Alsace.

d) Site de réservation Bas-Rhin Réservation : un montant de **1.500 €** est proposé pour la gestion et l'amélioration du site www.resalsace.com. Malgré la présence et la montée en puissance de la « Plateforme de Commercialisation Alsace », portée par Tourisme Alsace Réservation, il convient de conserver une visibilité pour les établissements hôteliers et les offres de séjours qui n'ont pas encore la possibilité d'être vendus sur cette plateforme.

e) Autres projets Internet : un montant de **1.800 €** est proposé pour la gestion administrative ou l'amélioration des autres sites et projets Internet portés par l'ADT, à savoir : gestion des différents noms de domaines, la redevance pour le LEI Alsace ou encore le blog « Rallye de France, Automobile et Développement durable ».

P.M. : Téléphonie

Un montant de **1.700 €** est proposé pour la maintenance de l'installation téléphonique de l'ADT (postes et standard téléphoniques). Cette ligne budgétaire figure dans les Achats de sous-traitance.

Coût estimé : 105.400 €

	Conseil Général	Autres
Financiers et montants demandés	105.400 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 5	ETP : 1,86

Indicateurs

	2010	2011
Base de données des cabinets de consultants en tourisme	Mise à jour complète prévue en 2011, seules quelques fiches ont été mises à jour en fonction de demandes spécifiques des cabinets.	Début au 4 ^e trimestre de la mise à jour de la base de données.
Nouvelles rubriques créées	57 nouvelles pages	33 nouvelles pages
Nombre de modifications de pages internet	473 modifications des contenus	234 modifications de contenus
Nombre d'actualités	51	
Nombre de « coups de cœur »	6	Rubrique supprimée en 2011
Nombre de connexions au site	591 400 (+24.4 %)	673 190 (+ 13.8%)
Nombre d'ajout de documentation téléchargeable en ligne	195	206
Nombre de fan de la page Facebook « Tourisme Bas-Rhin » au 31 décembre	1 000	1 509
Nombre de « suiveurs » du compte twitter « Tourisme Bas-Rhin » au 31 décembre	500	1 074
Modification de fiches LEI	80	89
Nombre de fiches/pages web produites	<p>Remise à jour de toutes les fiches Cyclo, Rando, VTT , équestres et manifestations (soit 89 fiches)</p> <p>Création de 4 fiches dématérialisées sur les canaux et véloroutes</p> <p>L'ensemble de ces pdf ont été téléchargés 107.954 fois au cours de l'année 2010.</p>	<p>Remise à jour 83 fiches soit 329 pages comme suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> - équestres (20 fiches/40 pages) (maîtrise d'ouvrage : ADT 68) - cyclo (22 fiches/109 pages), - rando (18 fiches/47 pages), - VTT (13 fiches/20 pages), - canaux et véloroutes (6 fiches/65 pages) - manifestations (4 fiches/ 48 pages) (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) <p>L'ensemble de ces pdf ont été téléchargés 121.361 fois au cours de l'année 2011.</p> <p>Créations de 51 fiches soit 643 pages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - dans le cadre du projet Alsace sans ma voiture, 43 carnets de route publiés sous forme de pdf équivalents à 343 pages A4 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) - présentation dématérialisée de l'édition du guide pratique à l'usage des organisateurs de voyages Alsace sous forme de 8 pdf équivalents à 300 pages A4 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1.3. DEVELOPPEMENT – DEMARCHES DE QUALIFICATION

1.3.1. Fleurissement et aménagement paysager

Date/Durée de l'action : **2012/1 an**

Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré :
DEPARTEMENT DU BAS-RHIN

Public concerné :

COLLECTIVITES PUBLIQUES TERRITORIALES – ASSOCIATIONS – PROFESSIONNELS - PRIVES

Personnel à contacter pour cette action :

ADT – Service Hébergements-Labelisation-Fleurissement – Tél. : 03 88 15 45 68/97

Budget 2011 : 48.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Le fleurissement et l'aménagement paysager, évalués à 48.000 € pour 2011, comprend :

- ▶ le concours des Maisons, Villes et Villages fleuris,
- ▶ des sessions de formation,
- ▶ des opérations spécifiques.

Dans le département du Bas-Rhin, dont le classement en tant que Département fleuri a été renouvelé en 2006 pour une durée de 5 ans, 75 % des communes participent au concours départemental annuel des maisons, villes et villages fleuris.

Le budget 2011 consacré à la campagne de fleurissement a concerné notamment :

- le **concours départemental des Maisons, Villes et Villages fleuris**, dont les crédits ont couvert plus particulièrement les frais d'organisation de la tournée du Jury Départemental, les lots pour les récipiendaires du palmarès, une subvention au Centre Départemental des Jeunes Agriculteurs (CDJA) pour la remise des prix des Fermes Fleuries, ainsi qu'un crédit spécialement affecté aux 6 jurys d'arrondissements pour l'organisation de leurs tournées de présélection ;
- la poursuite de **sessions de sensibilisation** adaptées aux nouveaux critères de sélection arrêtés par le Conseil National des Villes et Villages Fleuris (CNVVF) et les tendances actuelles, notamment de préoccupations environnementales, et tout particulièrement la consommation et la qualité de l'eau qui constituent un défi majeur pour l'Alsace ;
- **Des opérations spécifiques :**
 - ▶ la **campagne de valorisation du fleurissement dans le Bas-Rhin**, démarrée en 2010 avec la définition et la mise en place d'un nouvel esprit du fleurissement, a été poursuivie en 2011 :
 - en déterminant quels sont les acteurs les plus pertinents dans les territoires ;
 - en définissant le rôle et les actions que chacun pourrait jouer ;
 - en présentant les actions susceptibles d'être menées ;
 - en fédérant l'ensemble des intervenants autour de l'action commune jusqu'au résultat final.

- ▶ Organisation d'une **journée d'information** en collaboration avec la FREDON ALSACE sur le thème de l'entretien des **espaces communaux sans pesticide pour la préservation de la qualité de la ressource en eau à destination des agents et des élus communaux**.
La journée a réuni près de 200 personnes au Château des Rohan à Saverne.
- ▶ A noter qu'en 2011, le Département du Bas-Rhin a posé sa candidature au **renouvellement du Trophée National des Départements Fleuris de France** attribué pour 5 ans. Un dossier complet a été élaboré à cette occasion et le CNVVF vient de renouveler ce Trophée pour le Bas-Rhin pour la période 2011/2015.

Budget 2012 : 48.000 €

Programme prévu pour l'exercice

1. Fleurissement et aménagement paysager

Ce poste comprend :

- ▶ Le **concours des maisons, villes et villages fleuris**,
- ▶ les **sessions de formation**,
- ▶ des **opérations spécifiques**.

Dans le Département du Bas-Rhin, dont le classement en tant que Département fleuri a été renouvelé en 2006 pour une durée de 5 ans, 75 % des communes du Bas-Rhin participent au concours départemental annuel des maisons, villes et villages fleuris.

Le budget 2012 consacré à la campagne de fleurissement concernera :

- Les crédits réservés pour le **concours départemental des maisons, villes et villages fleuris** sont appelés à couvrir plus particulièrement les frais pour l'organisation de la tournée du jury départemental, les lots pour les récipiendaires du palmarès, une subvention au Centre Départemental des Jeunes Agriculteurs (CDJA) pour la remise des prix des fermes fleuries, ainsi qu'un crédit spécialement affecté aux 6 jurys d'arrondissements pour l'organisation de leurs tournées de présélection.
- La poursuite de **sessions de formations** adaptées aux nouveaux critères de sélection arrêtés par le Conseil National des Villes et Villages Fleuris (CNVVF) et aux tendances actuelles, notamment aux préoccupations environnementales et, en particulier, la consommation et la qualité de l'eau qui constituent un défi majeur pour l'Alsace.
- **Opérations spécifiques 2012**
 - ▶ fédérer les professionnels et les différents jurys (arrondissements) autour du nouvel « esprit du fleurissement » mis en place depuis 2010 :
 - ▶ déterminer quels sont les acteurs les plus pertinents dans les territoires ;
 - ▶ définir le rôle et les actions que chacun pourrait jouer ;
 - ▶ présenter des actions innovantes susceptibles d'être promues et reproduites.

A signaler également qu'au niveau national, la majorité des Conseils Généraux a décidé d'abandonner, à très court ou moyen terme, le volet « particuliers » du concours départemental du fleurissement. Pour le Bas-Rhin, cette composante sera encore maintenue pour 2012.

Coût estimé : 48.000 €		
Financeurs et montants demandés	Conseil Général	Autres
	48.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 1	ETP : 0,35

Indicateurs

	2010	2011
Nombre total de labellisés villes et villages fleuris (1 à 4 fleurs)	137	146
Nombre de réalisations visitées (pendant la tournée départementale)	75	78
Nombre de communes labellisées 4 fleurs	0	1
Nombre de communes labellisées 3 fleurs	1	4
Nombre de communes labellisées 2 fleurs	9	3
Nombre de communes labellisées 1 fleur	6	9
Nombre de formations professionnelles réalisées	0	0
Nombre de séances de sensibilisation réalisées	1	1

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

1. DEVELOPPEMENT

1.3. DEMARCHES DE QUALIFICATION

1.3.2. Démarche Qualité/Labellisation

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : DEPARTEMENT DU BAS-RHIN
Public concerné : COLLECTIVITES PUBLIQUES TERRITORIALES – ASSOCIATIONS – PROFESSIONNELS - PRIVES	
Personnel à contacter pour cette action : ADT – Service Hébergements-Labellisation-Fleurissement – Tél. : 03 88 15 45 63/68/97/98	

Budget 2011 : 10.200 €

Bilan de l'exercice écoulé

1. Hôtellerie-restauration

Dans le cadre de ses missions, l'Agence de Développement a soutenu les porteurs privés au travers de l'animation d'un guichet unique d'accueil, d'information et d'instruction de dossiers de demande de subvention. Outre l'animation de ce « guichet », l'ADT apporte son soutien au travers :

- ▶ du conseil aux porteurs de projets dans les domaines de l'hôtellerie, des hébergements d'hôtellerie de plein-air et de la restauration,
- ▶ de l'accompagnement des hôteliers aux nouvelles réglementations pour les Etablissements Recevant du Public,
- ▶ de l'organisation d'une tournée des établissements hôteliers ayant bénéficié des aides financières dans le cadre du nouveau dispositif en faveur de l'hôtellerie familiale et indépendante,
- ▶ de l'intervention de spécialistes ou de cabinets conseils visant à faire connaître les nouvelles tendances et les nouvelles réglementations dans le domaine des hébergements touristiques à l'ensemble des professionnels concernés.

Pour faire face aux échéances qui s'imposent aux hébergeurs, notamment hôteliers, en application des réglementations relatives à l'accessibilité et à la sécurité incendie, l'ADT a concrétisé un partenariat avec le CEP (association Conseil Evaluation Exposition Prévention implantée à Eckbolsheim) et le SDIS pour accompagner les porteurs de projets et optimiser leurs investissements.

Un portail Internet qui répond aux principales questions des exploitants et personnels des sites et établissements touristiques portant sur l'accessibilité a été mis en place : informer, sensibiliser les professionnels du tourisme en matière d'accessibilité (www.alsace-accessible.fr).

Ce site internet comprend :

- une Web Assistance : série de réponses aux questions fréquemment posées par les professionnels du tourisme, en matière d'accessibilité ;
- la mise à disposition de fiches techniques concernant les bonnes pratiques en matière d'aménagement des locaux d'hébergements, sanitaires, accès aux étages, etc... ;
- des dossiers mensuels : présentation de cas concrets d'aménagements (préconisations, état des lieux avant/après).

1. Hôtellerie-restauration (suite)

Un rappel des principaux textes de loi concernant l'accessibilité du cadre bâti, les établissements recevant du public (ERP) et la sécurité incendie ; un état des lieux de l'accessibilité de l'hôtellerie en Alsace ; l'actualité de l'accessibilité en Alsace, etc.

Afin d'avoir une idée plus précise quant à la décision des hôteliers à faire classer leurs établissements selon les nouvelles normes, l'ADT a réalisé, au mois de mars 2011, une enquête sommaire via e-mailing à destination de l'ensemble du parc bas-rhinois. Les résultats de cette enquête sont disponibles de façon synthétique dans l'Espace Pro du site Internet de l'ADT 67.

L'ADT a également participé aux travaux communs entre les collectivités départementales et régionale visant à l'évolution du dispositif d'aide à l'hôtellerie (nouveaux taux et nouveaux critères), ainsi qu'à la création du dispositif commun d'aide à l'hébergement touristique à vocation sociale et solidaire.

Hôtels-restaurants « Logis » dans le Bas-Rhin (p.m.)

1^{ère} chaîne volontaire au monde avec 3.000 adhérents, l'hôtellerie-restauration familiale labellisée « Logis » compte 77 établissements (1.625 chambres) dans le Bas-Rhin ce qui lui confère la 2^{ème} position au niveau national.

L'Association Départementale des Logis de France du Bas-Rhin est membre actif de la Fédération Nationale des Logis de France. Elle est son relais dans le département et a pour mission de promouvoir et de contrôler les activités des Logis de France en adéquation avec l'esprit du mouvement national (respect des statuts, du règlement intérieur et de la Charte de la Fédération Nationale).

Administrée par un Conseil d'Administration, l'association véritable courroie de transmission et de médiation de la Fédération Nationale à l'égard de ses affiliés, est dans l'obligation de mettre en place un animateur salarié ou collaborateur d'une structure partenaire chargée, sur le terrain, de l'application de la politique nationale et départementale et de son suivi. Ainsi, c'est l'ADT qui héberge l'Association Départementale et son animatrice.

Une convention a été signée entre les deux partenaires et le Président Bernard FISCHER préside également l'Association Départementale avec un Vice Président hôtelier (Jacky BRUCKMANN – Hôtel-Restaurant A l'Etoile à Mittelhausen).

Les principales actions 2011 :

- ▶ animation de l'association et tenue de la comptabilité de l'association avec le cabinet SEGEC ;
- ▶ renforcement du rôle de proximité – conseils – aide au montage de dossiers de qualification de l'offre, des thématiques, aide au montage des dossiers de recours ;
- ▶ édition d'un dépliant « Alsace » commun avec les Logis du Haut Rhin ;
- ▶ animation du site internet régional ;
- ▶ participation à des salons et des événementiels organisés par le CRT Alsace et les 2 ADT (7 au total) ;
- ▶ aide à la formation avec le concours de IFITHEL ;
- ▶ aide au reclassement d'un tiers des établissements avec la mise en place de la nouvelle grille 2009/2011 : sensibilisation des hôteliers aux nouveaux critères (respect des critères obligatoires) et aux demandes de la clientèle ;
- ▶ accueil de journalistes nationaux et internationaux en partenariat avec la FIL ;
- ▶ participation à des réunions Logis 67/68 et nationales, ainsi qu'aux assemblées générales.

2. Meublés de tourisme

a) Clévacances

Labellisation :

L'ADT 67 est représentant départemental de Clévacances depuis 2005, date à laquelle elle a adhéré au label afin de qualifier l'offre en hébergement chez l'habitant. Depuis août 2007, la mise en place du label est effective et, depuis janvier 2010, à la charge totale de l'ADT 67 qui assure la gestion globale du label Clévacances à travers différentes missions.

Ainsi, en 2011, l'ADT 67 a eu en charge :

- les visites et l'instruction des dossiers à la demande des loueurs ;
- le contrôle triennal des logements déjà labellisés ;
- la validation et la labellisation des hébergements soumis aux membres du Bureau ;
- la gestion et le suivi du fichier des propriétaires ;
- le conseil et l'assistance auprès des loueurs ;
- l'organisation de la réunion annuelle des propriétaires d'hébergements labellisés Clévacances à la Cave du Roi Dagobert, permettant de faire connaître un site touristique aux hébergeurs ;
- la gestion des réclamations ;
- la réalisation et l'édition de la brochure interdépartementale éditée à 10.000 exemplaires ;
- la diffusion de cette brochure ;
- la mise à jour des données sur le LEI et sur le site national clevacances.com ;
- la participation à des réunions d'informations à destination des offices de tourisme ou des loueurs ;
- des visites de conseil pour la création ou la modernisation des hébergements, en particulier dans la perspective de demandes de subvention.

Dans le cadre de la convention de partenariat avec le Relais Départemental du Tourisme Rural, l'ADT a participé à 10 réunions d'informations sur les labels (gîte de France et Clévacances) destinées aux nouveaux loueurs (1 par mois). Elle a, à cet effet, créé un support informatique partagé, diffusé et discuté à cette occasion.

Classement :

L'ADT 67 a également poursuivi la mission de classement des meublés de tourisme et géré la mise en place de la loi de modernisation des services touristiques. Elle a :

- réalisé les nouveaux documents réglementaires d'information des loueurs ;
- mis à jour l'extranet des offices de tourisme et le site de l'ADT 67 ;
- préparé et réussi l'audit permettant de poursuivre les visites et l'instruction des dossiers de demandes de classement ;
- participé à l'élaboration du logiciel mutualisé au sein du Rn2D (participation à 6 comités techniques)
- acquis, testé et mis en œuvre ce logiciel.

b) Aides financières aux meublés de tourisme et chambres d'hôtes labellisés

Le dispositif commun de soutien à l'hébergement touristique en meublés de tourisme et chambres d'hôtes labellisés a été mis en place au 1^{er} janvier 2009.

L'instruction technique des dossiers a été confiée à l'ADT 67, en lien avec le Service du Développement Economique et Touristique du Département qui a assuré, jusqu'au 31 décembre 2011, leur instruction administrative et financière.

Le service a reçu 31 nouvelles demandes de subventions en 2011, soit 181 demandes depuis la mise en place de ce dispositif. En 2011, 39 dossiers ont pu être instruits et présentés au Bureau de l'ADT, après envoi des dossiers complets par les propriétaires.

Le montant total des subventions allouées par le Conseil Général s'élève à 354.221 € pour 2011.

3. Label Tourisme et Handicap (200 €)

Depuis sa création en 2001, plus de 4.200 sites et équipements touristiques ont été labellisés « Tourisme et Handicap » en France. L'ADT 67 s'est, dès 2002, investie dans cette mission de labellisation de l'offre touristique régionale.

A ce jour, plus d'une centaine de sites – musées, restaurants, hôtels, hébergements, etc. - bénéficient d'une labellisation pour un ou plusieurs types de handicaps.

L'offre se doit de couvrir tout le champ des prestations touristiques en engageant les professionnels du tourisme dans une démarche d'accueil, d'accessibilité et d'information en direction de la clientèle handicapée.

Budget 2012 : 14.500 €

Programme prévu pour l'exercice

Hôtellerie

Répondre à la fois aux exigences des visiteurs et aux priorités de progrès auxquels sont soumis les professionnels de l'hôtellerie et de la restauration, tel est le cadre d'action de l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin.

Mettre le client touriste ou simple excursionniste au cœur des préoccupations de l'Agence peut paraître banal. Pourtant, force est de reconnaître qu'il est primordial de remettre régulièrement en question les objectifs de travail à l'aune des réalités économiques du moment.

Il faut donc savoir composer et innover, car pour conserver une position solide et enviée parmi les destinations touristiques, seuls la rencontre avec les signes identitaires de la région, la surprise au détour d'une visite, l'étonnement dans la découverte d'un hébergement, le plaisir des papilles ou l'émotion de l'instant, peuvent inciter le client à revenir et à se faire l'ambassadeur de son aventure en Alsace !

L'ADT poursuivra, en 2012, son action de soutien et d'accompagnement aux porteurs privés au travers de l'animation d'un guichet unique d'accueil, d'information et d'instruction de dossiers de demande de subvention

L'ADT participera, en outre, au Salon EGAST 2012 (5.000 €). A l'instar des éditions précédentes, il est proposé d'organiser cette présence sur le salon professionnel en partenariat avec l'ADT 68 et autour d'une thématique prioritaire (Hôtellerie de Plein Air / HPA).

Hôtels-Restaurants « Logis » dans le Bas-Rhin

Les principales actions pour 2012 concernent :

- l'animation de l'association et la tenue de la comptabilité de l'association avec le cabinet SEGEC ;
- le renforcement du rôle de proximité – conseils (aide au montage de dossiers de qualification de l'offre, des thématiques, aide au montage des dossiers de recours), véritable trait d'union entre les hôteliers et la Fédération Internationale des Logis (FIL) ;
- une étude sur la mise en place d'un programme de fidélité pour les adhérents à l'horizon 2013 ;
- le développement de la thématique Logis « vélo » avec la qualification correspondante ;
- la politique de recrutement en vue du développement du Parc Logis (notamment « Logis d'exception ») ;
- l'édition d'un dépliant « Alsace » commun avec les Logis du Haut Rhin ;
- la participation à des salons et des événementiels ;
- l'aide à la formation avec le concours de l'organisme IFITEL ;
- l'aide au reclassement d'un tiers des établissements avec la mise en place de la nouvelle grille 2012/2015 (sensibilisation des hôteliers aux nouveaux critères, demandes de la clientèle, respect des critères obligatoires, etc.) ;
- l'accueil de journalistes nationaux et internationaux en partenariat avec la FIL ;
- la participation à des réunions Logis 67/68, nationales et aux assemblées générales ;
- des opérations ponctuelles.

Pour 2012, le financement de l'animateur des Logis sera, tout ou partie, prélevé sur les fonds de l'association éponyme au titre d'une convention de partenariat avec l'ADT.

2. Meublés

a) Classement des Meublés de Tourisme (1.200 €)

Dans le cadre de la nouvelle procédure instaurée par la loi du 22 juillet 2009 de modernisation des services touristiques, l'ADT du Bas-Rhin a obtenu, suite à un audit, l'attestation de conformité lui permettant de poursuivre la mission de classement des meublés de tourisme.

Elle a également participé, en 2011, à la création d'un logiciel mutualisé au sein du Réseau national des Destinations Départementales (Rn2D).

Cette ligne budgétaire prend en compte :

- la gestion des demandes de classement (visites, instruction des dossiers, établissement des documents réglementaires) ;
- le coût de fonctionnement de l'outil Rn2D de gestion mutualisé des dossiers ;
- les réunions d'informations auxquelles participe l'ADT 67, en partenariat avec le Relais Départemental des Gîtes du Bas-Rhin.

En regard de ces dépenses, des recettes seront encaissées au titre de la visite des meublés et de l'instruction des dossiers.

b) Labellisation Clévacances » (8.100 €)

L'ADT 67 est l'antenne départementale dépositaire du label Clévacances depuis 2005. Elle utilise ce label afin de mieux qualifier l'hébergement touristique chez l'habitant.

La ligne budgétaire « Clévacances » participe de la gestion et de la promotion du label, des services rendus pour les loueurs, avec en particulier :

- la cotisation nationale versée à la Fédération en fonction du nombre d'hébergements labellisés (part fixe et part variable) ;
- l'achat des documents techniques nécessaires à la labellisation (charte signée par l'ADT 67 et les loueurs, certificats de visite...) et de documents types revendus aux loueurs, selon les nouveautés ;
- l'acquisition d'objets promotionnels (certains étant revendus aux loueurs, porte-clés à offrir aux loueurs) ;
- l'achat du magazine Infoclés envoyé aux loueurs par la Fédération et aux partenaires (OT) par l'ADT 67 ;
- la promotion, par le biais de salons locaux de l'habitat par exemple, pour présenter le label à des porteurs de projets ;
- les traductions de certains textes (entre autres, les descriptifs) ;
- des opérations ponctuelles (coup de cœur niveau national, impressions ponctuelles) ;
- la maintenance du site internet régional ;
- les extractions du LEI pour l'export des données vers le site national clevacances.com.

Les frais liés aux journées techniques Clévacances (frais inscription, de transport et d'hébergement), à l'organisation d'une réunion annuelle des loueurs et d'une tournée des hébergements subventionnés, ainsi qu'à la visite et à l'instruction des dossiers de labellisation (salaire, déplacements) sont imputés sur d'autres chapitres budgétaires.

En regard de ces dépenses, des recettes seront encaissées (cotisations des loueurs, droit d'entrée, visites triennales, mise à disposition de documents types).

3. Tourisme et Handicap (200 €)

L'ADT du Bas-Rhin est également référent agréée pour le label « Tourisme & Handicap ». Malgré le renouvellement de la convention nationale entre la Rn2D et l'association nationale « Tourisme & Handicap », force est de constater que, dans l'ensemble, les acteurs du tourisme sont aujourd'hui préoccupés plus par les impératifs de mise aux normes des Etablissements Recevant du Public (ERP), avec l'échéance 2015 qui s'approche à grands pas, que par l'attribution d'un label dont les avantages promotionnels et commerciaux restent incertains. Aussi est-il suggéré, en accord avec l'ADT de Haute Alsace et en relation étroite avec l'Etat (DIRECCTE), de reconsidérer l'utilité de ce label pour l'Alsace.

Par ailleurs, les ADT poursuivront le travail de sensibilisation et le développement de l'outil de web-assistance des professionnels du tourisme en partenariat avec le Conseil Evaluation Prévention (CEP) - Centre d'Information et de Conseils en Aides Techniques (CICAT).

Coût estimé : 14.500 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	200 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	Propriétaires de meublés « Clévacances » : 9.300 €
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 4	ETP : 2,66

Indicateurs

	2010	2011
Nombre de demandes de subventions (tous hébergements confondus + restauration)	101	46 + 39 Restaurants : 20 Campings : 6 Hôtels-restaurants : 20 Meublés : 41 Chambre d'hôtes : 28
Nombre de dossiers de demande de subvention instruits	79 dont : <ul style="list-style-type: none"> . 29 dossiers « hôtellerie » représentant un volume de subventions du CG 67 de 1.824.277,50 € . 13 dossiers « restauration » représentant un volume de subventions du CG 67 de 174.903 € . 3 dossiers « camping » représentant un volume de subventions du CG 31.156 € . 34 dossiers « hébergement chez l'habitant » qui ont obtenu 202.978 € 	69 dont : <ul style="list-style-type: none"> . 16 dossiers « hôtellerie » représentant un volume de subventions du CG 67 de 1.655.370,75 € . 9 dossiers « restauration » représentant un volume de subventions du CG 67 de 108.814 € . 5 dossiers « camping » représentant un volume de subventions du CG 32.219 € . 39 dossiers « hébergement chez l'habitant » qui ont obtenu 354.221 €
Nombre de Groupes de Travail Tourisme (GTT) entre les trois collectivités	0	
Nombre d'animations ou d'actions effectuées à l'intention des professionnels de l'hôtellerie	3 Lancement et animation de l'étude régionale sur le développement qualitatif de l'hôtellerie de plein air. Mise en place et animation du COPUIL Pilotage de la présence des 2 ADT au salon EGAST	5 Suivi et animation de l'étude régionale sur le développement qualitatif de l'hôtellerie de plein air. Mise en place d'une convention de collaboration entre l'ADT et le CEP CICAT Pilotage de la présence des 2 ADT au salon EGAST Enquête auprès des hôteliers sur le nouveau classement. Adaptation des critères d'aide concernant le dispositif d'aide en faveur de l'hôtellerie
Nombre d'animations ou d'actions effectuées à l'intention des institutionnels et de la presse	1 Organisation d'une tournée des établissements financés dans le cadre de la nouvelle politique d'aide à l'hôtellerie (24 participants)	1 Organisation d'une tournée des établissements financés dans le cadre de la nouvelle politique d'aide à l'hôtellerie (20 participants)
Etudes réalisées	1 Etude régionale sur la stratégie et le développement qualitatif des hébergements de plein air	/

Indicateurs

	2010	2011
Logis (de France) du Bas-Rhin		
Nombre d'établissements labellisés	81	77
Nombre d'admissions	1	0 (5 demandes en cours)
Nombre de démissions ou radiations	1	4 (dont 2 radiations pour non respect de la grille de classement)
Nombre d'établissements reclassés	32 (2 ^{ème} tiers) 23 (sans changement) 3 (ont perdu 1 cheminée) 6 (ont gagné 1 cheminée ou 1 cocotte)	24 (2 ^{ème} tiers) 14 (sans changement) 10 (ont gagné 1 cheminée ou 1 cocotte)
Clévacances et classement		
Nombre de dossiers traités	106 visites de meublés 22 visites de chambres d'hôtes 12 pré-visites (conseil)	133 visites de meublés (dont 81 pour le classement, 7 pour le label et 45 pour les deux) 9 visites de chambres d'hôtes 19 pré-visites (conseil, pour 16 meublés et 3 chambres)
Nombre d'équipements labellisés	102 , dont 62 meublés, 40 chambres	103 hébergements labellisés au total dont 80 meublés et 23 chambres En 2011 : 34 nouveaux meublés, 15 renouvellements 2 nouvelles chambres, 7 renouvellements
Nombre d'équipements classés Nouvelles normes		161 meublés Dont 107 avant l'audit et 54 après l'audit
Tourisme & Handicap (T & H)		
Nombre de visites d'évaluation préalables à la labellisation	27	23 Dont 6 visites de contrôle après 5 ans
Nombre d'établissements labellisés T & H	115	115
Aides financières		
Nombre de dossiers Restauration instruits	13	9
Nombre de dossiers Hôtellerie instruits	29	16
Nombre de dossiers Camping instruits	3	5
Nombre de Tournée	1	1

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

2. PROMOTION-PROSPECTION

Actions et Club Promotion

Date/Durée de l'action : **2012/1 an** | Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré :
MARCHES DE PROXIMITE (EUROPE)

Public concerné : **GRAND PUBLIC ET PROFESSIONNEL**

Personnel à contacter pour cette action :
ADT - Service Promotion – Tél. : 03 88 15 45 83/99

Budget 2011 : 165.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

1. Opérations de promotion

En 2011, l'ADT du Bas-Rhin a participé à 29 manifestations, en collaboration avec des partenaires institutionnels ou privés. L'Agence a, au demeurant, organisé l'accueil en éductours de nombreux Tour Opérateurs.

Eductours

- ▶ Japon : du 14 au 18/03/11. Accueil de 6 tour-opérateurs japonais. Programme : Strasbourg, Obernai (visite guidée et visite d'hôtels), Barr (dégustation), Urmatt (cours de préparation de kougelhopf), La Salcée (Confitures du Climont), Colroy-la-Roche, Steige (visite de distillerie), Colmar et Mulhouse.
- ▶ Allemagne : du 18 au 20/03/11. Accueil de 94 autocaristes en collaboration avec le grossiste allemand Touren Service spécialisé dans l'organisation de voyages pour groupes. Programme : Strasbourg, Mutzig, Haut-Koenigsbourg, Bergheim, Colmar, Soufflenheim, Betschdorf, Royal Palace Kirrwiller.
- ▶ Allemagne : du 31/03 au 01/04/11. Accueil sur le thème du tourisme fluvial de 16 agences de voyages en provenance de toute l'Allemagne en collaboration avec Locaboat, tour-opérateur spécialisé dans la location de bateaux habitables. Visite guidée de Saverne, du Haut-Barr et repas à Saverne.
- ▶ Norvège : les 15 et 16/06/11. Accueil du tour-opérateur Stiftelsen Hvite busser til Auschwitz spécialisé dans l'organisation de voyages culturels pour groupes sur le thème des camps de concentration. Programme : Strasbourg, Mémorial d'Alsace-Moselle, Struthof et Centre Européen du Résistant Déporté.
- ▶ Israël : du 8 au 11/07/11. Accueil du tour-opérateur Ayala Group. Programme : Strasbourg, Saverne, La Petite Pierre, Route des Vins, Haut-Koenigsbourg, Colmar, Forêt-Noire, Suisse.
- ▶ Golfs in Alsace : les 23 et 24/10/11. Dîner offert par l'ADT à Strasbourg à 34 capitaines de sections de golfs français, belges et néerlandais dans le cadre de la remise d'un Trophée après compétitions au golf de Soufflenheim et au golf de La Wantzenau.

Marché français

Salons grand public

Salon du Tourisme et des Vacances – Rennes (21-23/01/2011) - nombre de visiteurs : 38 196.

Mahana – Lyon (04-06/02/2011) – nombre de visiteurs : 27 026.

Salon International de l'Agriculture - Paris (19- 27/02/2011) - nombre de visiteurs : 678 732 (présence en partie assurée par le Relais Départemental du Tourisme Rural).

Marathon Expo - Paris (07-09/04/2011) - nombre de visiteurs : 63 337 (représentation à travers l'association du Marathon du Vignoble d'Alsace)

Equita - Lyon (26-30/10/2011) - nombre de visiteurs : 114 000 (représentation à travers le Comité Régional de Tourisme Equestre)

Roc d'Azur – Fréjus (05-09/10/2011) – nombre de visiteurs : 150 000

S.I.T.V. - Colmar (11-13/11/2011) - nombre de visiteurs : 27 000. Les ADT ont proposé comme thème « L'Alsace sans ma voiture et les déplacements doux » aux Offices de Tourisme participants.

Evénementiel

L'Alsace à Paris – Place du Palais Royal (16-19/06/2011).

L'Alsace à Lyon – Place de la République (28/09-02/10/2011).

Initiés par le CRT, les villages alsaciens, composés d'une vingtaine de tentes et organisés sous la forme d'une "Garden Party", ont proposé un éventail des richesses culturelles et d'art de vivre.

Opération micromarché – Dijon annulée.

Marche Découverte TGV Rhin-Rhône – Dijon (10/11/2011) – Déplacement d'une délégation alsacienne et présentation de l'Alsace aux élus, à la presse, aux voyageurs et CE bourguignons.

Jeu-concours France Bleu Bourgogne (05-18/12/2011) – Messages radiophoniques et présence en 1^{ère} page du site Internet.

Workshops et salon professionnel

Rendez-Vous France - Bordeaux (29-30/03/2011) - nombre de visiteurs : 700 tour-opérateurs et agents de voyages.

MAP PRO - Paris (06 et 07/10/2011) - nombre de visiteurs : 3 063.

Marché allemand

Salons grand public

C.M.T.-Stuttgart (15- 23/01/2011) - nombre de visiteurs : 223 834.

Plaza Culinaría-Freiburg im Breisgau (04-06/11/2011) - nombre de visiteurs : plus de 33 000.

Manifestation dédiée aux arts culinaires et de la table. Co-organisation du 1^{er} concours culinaire "Les Saveurs du Rhin" avec les Etoiles d'Alsace, exposants producteurs de foie gras, fromage, escargots, tartes flambées, vin, poterie, chocolat, eaux de vie... le tourisme alsacien étant représenté par les deux A.D.T.

Workshop et salon professionnels

I.T.B.-Berlin (10-14/03/2010) - nombre de visiteurs : 170 000 visiteurs dont 110 791 professionnels.

Journée d'information trinationale - Europapark Rust (28/06/2011).

R.D.A. Workshop - Cologne (26-28/07/2011) - nombre de visiteurs : 10 671.

Marché belge

Salons grand public

Vakantie - Anvers (27-31/01/2011) - nombre de visiteurs : 75 000.

Salon des Vacances – Bruxelles (03-07/02/2011) - nombre de visiteurs : 113 978.

Workshop

Travel - Bruxelles (19/10/2011) - nombre de visiteurs : 377.

Marché méditerranéen

Workshop

Workshop France Med - Toulouse (17-18/09/2011) - nombre de visiteurs : 81

Marché italien

Salon professionnel

T.T.G. Incontri - Rimini (06-08/10/2011) - nombre de visiteurs : 48 735

Marché néerlandais

Salon grand public et professionnel

Vakantiebeurs – Utrecht (11-16/01/2011) - nombre de visiteurs : 122 100 dont 14 473 professionnels.

Marché britannique

Workshop et salon professionnels

World Travel Market - Londres (07-10/11/2011) - nombre de visiteurs : 28 000 organisateurs de voyages et journalistes.

Marché scandinave

Salons grand public et professionnel

Bourse France Scandinavie - Copenhague (Danemark) (07/09/2011) - nombre de visiteurs : 105.

Marché luxembourgeois

Salon grand public

Vakanz – Luxembourg (14-16/01/2011) - nombre de visiteurs : plus de 23 000.

Marché suisse

Workshops

Workshops « Allez France » - Zurich et Genève (01-02/02/2011).

Marchés Autriche – Europe Centrale

Workshops

Tournée Europe Centrale – Prague (République Tchèque), Sofia (Bulgarie), Bucarest (Roumanie) et Budapest (Hongrie) (16-19/05/2011).

Workshop CRTA - Vienne (Autriche) (07/06/2011) nombre de visiteurs : 70 journalistes et organisateurs de voyages.

Marché israélien

Démarchage et workshop

Démarchage - Haïfa (02/11/2011)

Workshop France - Tel Aviv (03/11/2011).

Budget 2012 : 158.650 €

Programme prévu pour l'exercice

Le programme d'actions de l'ADT du Bas-Rhin en 2012 a été élaboré en concertation avec Haute-Alsace Tourisme (ADT 68) et le CRT Alsace. Compte tenu des délais d'inscription aux manifestations (réservation en juillet 2011 pour janvier 2012), ce projet de programme a été construit en juillet 2011 sur la base des expériences acquises par les ADT, des orientations de stratégie marketing pour la période 2012-2014 (en cours de finalisation), en fonction de l'attente des touristes (études de marchés produites par Atout France et par l'Observatoire Régional du Tourisme) et des aspirations des acteurs locaux du tourisme (Offices de Tourisme et professionnels privés).

La liste et le contenu des opérations de promotion ont été transmis aux Offices de Tourisme et autres partenaires touristiques régionaux, étant entendu que ces derniers ont été sollicités, pour une raison de proximité, à participer à deux réunions d'échanges sous forme d'ateliers de travail, l'une le 20 septembre 2011 à l'hôtel Hilton à Strasbourg, l'autre le 10 octobre 2011 à l'hôtel Bristol à Colmar. Ces ateliers étaient organisés à l'échelle régionale et à l'initiative des ADT et du CRT. Cette formule a présenté l'avantage de favoriser des échanges personnalisés avec les partenaires inscrits, de les écouter et de répondre aux remarques et attentes de chacun.

Le budget prévisionnel de 158.650 € pour 2012 prend en compte les actions qui suivent :

1. Les salons à vocation "grand public", réduits en nombre par rapport à 2011, tout en poursuivant une présence sur les marchés prioritaires et de proximité que sont la France, l'Allemagne et le Benelux, auxquels s'associent en général des structures institutionnelles (OT, OTI, groupements touristiques) et privées (hôtels, restaurants, sites, etc.) :

- Vakantiebeurs à Utrecht – janvier 2012
- Reisemarkt Rhein-Neckar-Pfalz à Mannheim – janvier 2012 (Haute Vallée de la Bruche hôte d'honneur)
- C.M.T. à Stuttgart – janvier 2012
- Salon des Vacances à Bruxelles – février 2012
- Salon International de l'Agriculture à Paris – février/mars 2012 - aux côtés de la Chambre Régionale d'Agriculture et des prestataires de l'agro-alimentaire
- Mahana à Lyon – mars 2012
- Destinations Nature à Paris – mars/avril 2012 - action Massif des Vosges (à confirmer)
- Roc d'Azur à Fréjus – octobre 2012 – action Massif des Vosges (à confirmer)
- Plaza Culinaria à Freiburg im Breisgau – novembre 2012 (à confirmer)
- SITV à Colmar – novembre 2012 / soutien financier aux offices de tourisme présents (à confirmer).

En conséquence, le nombre de salons "grand public" est réduit de 11 à 10 en 2012, dont 4 à confirmer.

2. Le maintien de la participation l'ADT aux workshops professionnels et salons destinés aux organisateurs de voyages en Europe. Les contacts pris, transmis aux adhérents du Club Promotion Alsace, leur permettent de répondre aux demandes de produits élaborés, de nouer et d'entretenir des relations commerciales :

- I.T.B. à Berlin – mars 2012
- Rendez-Vous France à Paris – mars 2012 (rencontre avec des tour-opérateurs à l'échelle mondiale)
- Tournée Europe Centrale à Vienne, Prague et Budapest – mai 2012
- Workshop France à Londres – juin 2012
- R.D.A. Workshop à Köln – juillet 2012
- Le Monde à Paris Pro – octobre 2012
- Travel à Bruxelles – octobre 2012
- TTG Incontri à Rimini – octobre 2012
- TTW à Zurich – octobre 2012
- Workshop France Med virtuel – novembre 2012 (première expérience de workshop en ligne avec les tour-opérateurs du pourtour méditerranéen)
- World Travel Market à Londres – novembre 2012.

3. L'accueil en Alsace d'organisateur de voyages, sous forme d'éducteurs, permettant de leur présenter les atouts de la région ou d'améliorer leur connaissance du terrain, en fonction des thématiques et produits qu'ils commercialisent (par exemple hébergement, œno-gastronomie, musées, cyclotourisme, tourisme fluvial, hôtels "spa", ...), ainsi que des opérations de démarchage auprès de tour opérateurs en Europe.

4. La présence aux côtés du CRT Alsace, maître d'œuvre, aux manifestations de promotion de l'image de la Destination :

- Workshops Alsace à Amsterdam en mars et à Munich en octobre 2012, destinés aux organisateurs de voyages et à la presse
- Événementiel « Village Alsacez-vous » à Marseille en septembre 2012, dans le cadre de l'ouverture de la ligne TGV Rhin-Rhône.

5. L'accompagnement financier d'éventuelles démarches collectives privées dans le cadre d'opérations thématiques telles que :

- le Marathon Expo à Paris – avril 2012 - soutien au Marathon du Vignoble,
- Equita à Lyon – octobre 2012 - soutien au Comité Régional de Tourisme Equestre,
- Salon du Golf à Paris – mars 2012 - soutien à l'association Golf in Alsace.

6. L'enrichissement du blog consacré aux organisateurs de voyages et la poursuite des e-newsletters « pro » (B to B) en français, allemand et anglais réalisées en collaboration avec le C.R.T. et Haute-Alsace Tourisme. Celles-ci sont adressées à notre fichier (sans cesse en progression) de contacts en langues française, allemande et en anglaise.

Calendrier des opérations 2012

Du	Au	Manifestation	Ville	Marché	Type de salon	Gestion
06/01	08/01	ReiseMarkt Rhein-Neckar-Pfalz	Mannheim	Allemagne	GP	OT Bruche - ADT 67
10/01	15/01	Vakantiebeurs	Utrecht	Pays-Bas	P/GP	ADT 67 - ADT 68
14/01	22/01	CMT	Stuttgart	Allemagne	GP	ADT 67 - ADT 68
26/01	29/01	Fespo	Zurich	Suisse	GP	ADT 68
28/01	31/01	Foire de Saint-Ours	Aoste	Italie	GP	ADT 68 (*)
02/02	06/02	Salon des Vacances	Bruxelles	Belgique	GP	ADT 67 - ADT 68
03/02	05/02	Festivas	Mulhouse	France	GP	ADT 68
25/02	04/03	Salon International de l'Agriculture	Paris	France	GP	ADT 67 - ADT 68
Mars	Mars	Workshop Alsace	Amsterdam	Pays-Bas	P	CRT
02/03	04/03	Mahana	Lyon	France	GP	ADT 67 - ADT 68
07/03	11/03	ITB	Berlin	Allemagne	P/gp	ADT 67 - ADT 68
09/03	11/03	Salon du Golf	Paris	France	GP	
23/03	25/03	Regiomesse	Lörrach	Allemagne	GP	ADT 68 (*)
27/03	28/03	Rendez-Vous en France	Paris	France	P	CRTA
30/03	01/04	Destinations Nature	Paris	France	GP	Massif des Vosges (*)
15/04	15/04	Running Expo	Paris	France	GP	
14/05	15/05	French Rendez-Vous	Vienne	Autriche	P	ADT 67 - ADT 68
01/06	01/06	Workshop France	Londres	Royaume-Uni	P	ADT 67 - ADT 68
06	06	Journée d'information tri nationale Europa Park	Rust	France/Allemagne/Suisse	P	ADT 67 - ADT 68
17/07	19/07	RDA Workshop	Köln	Allemagne	P	ADT 67 - ADT 68
09	09	Elsasstag - Europa Park	Rust	Allemagne	GP	ADT 67 - ADT 68
10	11	Workshop France Med virtuel	online	E / P / I / GR	P	ADT 67 - ADT 68
10/10	14/10	Roc d'Azur	Fréjus	France	GP	Massif des Vosges (*)
18/10	19/10	Le Monde à Paris PRO	Paris	France	P	ADT 67 - ADT 68
04/10	06/10	TTG Incontri	Rimini	Italie	P	ADT 67 - ADT 68
10	10	Travel	Bruxelles	Belgique	P	ADT 67 - ADT 68
10	10	TTW	Zurich	Suisse	P	ADT 67 - ADT 68
10	10	Equita	Lyon	France	GP	
05/11	08/11	World Travel Market	Londres	Royaume-Uni	P	ADT 67 - ADT 68
09/11	11/11	SITV	Colmar	France	GP	ADT 67 - ADT 68 (*)
09/11	11/11	Plaza Culinaria	Freiburg	Allemagne	GP	ADT 67 - ADT 68 (*)

(*) sous réserve

Mise à jour : 02.12.2011

Coût estimé : 158.650 €		
	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	124.650 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	Membres du Club Promotion : 34.000 €
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 2

Indicateurs

	2009	2010	2011
Nombre d'opérations de promotion réalisées	34 dont : 15 salons grand public, 3 à double vocation (pro et grand public), 6 événementiels, 10 salons professionnels	37 dont : 14 salons grand public, 4 à double vocation (pro et grand public), 4 événementiels, 13 salons professionnels	30 dont : 12 salons grand public, 2 à double vocation (pro et grand public), 2 événementiels, 14 salons professionnels
Nombre de membres du Club Promotion	245	293	245
Nombre d'éducteurs réalisés / nombres de participants	5 (35 tour-opérateurs et agents de voyages)	6 (40 tour-opérateurs, 120 autocaristes, 7 journalistes, 94 professeurs)	6 (10 tour-opérateurs, 94 autocaristes, 16 agences de voyages, 35 associations)
Nombre de contacts professionnels qualifiés	600 (moyenne de 46 contacts par opération combinant les salons professionnels et à double vocation)	632 (moyenne de 40 contacts par opération)	564 (moyenne de 40 contacts par opération)
Nombre de demandes d'organiseurs de voyages		164	217

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

3. COMMERCIALISATION

Service de Réservation	
Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : MARCHES DE PROXIMITE et LOINTAINS
Public concerné : GRAND PUBLIC	
Personnel à contacter pour cette action : ADT - Service Loisirs Accueil – Tél. : 03 88 15 45 60/85/86	

Budget 2011 : 70.650 €

Bilan de l'exercice écoulé

L'année 2011 a permis d'entrer dans la phase opérationnelle et concrète du projet.

Une partie de l'offre de la centrale de l'ADT du Bas-Rhin a été transmise progressivement à l'opérateur régional pour être distribuée sur le site marchand de la Plateforme de Commercialisation Alsace www.tourisme-alsace-reservation.com.

Pour rappel, le projet régional de Plateforme de Commercialisation Alsace a fait l'objet d'une convention de partenariat signée par les Présidents des différentes structures partenaires (CRT, ADT du Haut-Rhin et du Bas-Rhin et ResOT) et d'un engagement collégial figurant dans le cahier des charges de l'appel d'offres visant à recruter l'opérateur régional, validé par les dits-partenaires, à le promouvoir dès que possible.

En 2011, par souci d'un maillage territorial représentatif à l'échelle régionale sur la Plateforme de Commercialisation Alsace, **l'ADT du Bas-Rhin a prioritairement fait remonter les offres de séjour d'hôteliers issus de territoires sur lesquels aucun Office de Tourisme n'exerce une activité commerciale** (ex : Vallée de la Sauer, Haguenau, Vallée de la Magel, etc). Les autres secteurs, ayant la possibilité d'être visibles sur la Plateforme de Commercialisation Alsace par l'intermédiaire d'un OT compétent en matière de commercialisation, n'ont pas été jugés prioritaires.

En 2012, l'ADT du Bas-Rhin poursuivra cette démarche afin de faire remonter d'ici la fin du 1^{er} semestre l'intégralité de son offre, sous réserve de l'accord des hôteliers concernés. Le cas échéant, le Service Commercialisation s'efforcera de rassurer les hôteliers réticents de l'intérêt et des avantages que ce partenariat avec l'opérateur régional peut représenter pour eux.

On note, par ailleurs, que pour une première année d'activité et sans promotion particulière effectuée, **les résultats des ventes sont jugés encourageants par Tourisme Alsace Réservation** (427 dossiers, 64 246 € de chiffre d'affaires, l'activité de réservation ayant réellement débuté mi-2011).

Lors de son bilan, Tourisme Alsace Réservation a également souligné la qualité du partenariat qui le lie aux Offices de Tourisme de Kaysersberg, Saverne et Colmar et plus particulièrement tenu à remercier l'ADT du Bas-Rhin pour sa précieuse collaboration. Il déplore toutefois le manque d'investissement de la part des autres partenaires producteurs qui, malgré les différentes rencontres organisées avec la déléguée régionale, ont abouti à peu ou pas de résultats.

L'ADT du Bas-Rhin est en effet fortement impliquée et investie depuis 2006 dans la mise en œuvre de cet outil destiné avant tout à faciliter la venue des touristes et à contribuer plus efficacement au développement économique des entreprises touristiques.

L'ADT du Bas-Rhin se dirige vers une délégation progressive de l'activité de réservation à Tourisme Alsace Réservation. Cette décision impactera à moyen terme les missions du Service Commercialisation qui devrait **abandonner l'activité de réservation au profit de la production de séjours et d'actions de promotion commerciale** pour lesquelles les compétences de l'ADT du Bas-Rhin, par sa connaissance fine des territoires et le bon relationnel entretenu avec les professionnels, apporte une vraie valeur ajoutée.

C'est pourquoi, à compter de 2012, l'ADT du Bas-Rhin indiquera, pour la réservation, les coordonnées de l'opérateur régional sur ses différents supports de promotion mentionnant des offres de séjours.

Cette orientation s'inscrit logiquement dans la volonté de l'ADT du Bas-Rhin de contribuer sans réserve à la réussite de ce projet régional et de ce partenariat public/privé unique en France.

En mettant tout en œuvre pour **favoriser le développement du chiffre d'affaires de l'opérateur régional, et de fait pérenniser son activité** à l'issue du contrat de 3 ans qui le lie au CRT Alsace, l'ADT du Bas-Rhin poursuit l'objectif initialement fixé par l'ensemble des partenaires associés.

Budget 2012 : 70.650 €

Programme prévu pour l'exercice

La gestion du Service commercialisation « Bas-Rhin Réservation » : 57.700 €

Conformément aux nouvelles dispositions réglementaires en matière de vente et d'organisation de voyages et de séjours (Loi de développement et de modernisation des services touristiques), l'ADT du Bas-Rhin a effectué les démarches nécessaires auprès d'Atout France pour obtenir l'Immatriculation indispensable pour permettre la mise en marché de produits. L'Immatriculation autorise les opérateurs de voyages à exercer leur activité tout en exigeant des conditions de garantie visant à protéger le consommateur. Elle annule et remplace les quatre anciens régimes : licence, agrément, habilitation et autorisation. **Délivrée en mars 2011, l'Immatriculation de l'ADT du Bas-Rhin est IM067110013.**

Dans son rôle d'accompagnateur, l'ADT du Bas-Rhin a, bien entendu, continué à informer et sensibiliser l'ensemble des acteurs privés et institutionnels concernés par ces démarches.

Les prévisions de dépenses pour la centrale de réservation sont évaluées à 70.650 €, dont 57.700 € pour la gestion de la centrale et 12.950 € à répartir au titre de l'élaboration des produits touristiques. Elles trouvent leur contrepartie dans le chapitre « Produits » à hauteur de 60.000 € (p.m. total produits « résa » en 2010 : env. 52.985,85 €).

La part des réservations en ligne, garanties par carte bancaire sur le site internet de l'ADT du Bas-Rhin, continuent à progresser concernant la vente directe aux clients particuliers. En effet, elles **représentent à ce jour environ 66 % des dossiers de réservation** (B to B) enregistrés par la centrale de réservation.

Pour rappel, dans le cas de réservation en ligne, l'ADT n'encaisse pas le montant du séjour auprès du client. Le client garantit sa réservation grâce à sa carte bancaire et règle directement son séjour auprès de l'hébergeur. L'ADT permet l'affichage des produits et la mise en relation avec les prestataires sans flux financiers. En début de mois suivant, l'hébergeur est destinataire d'un récapitulatif des ventes et règle la commission due sur les ventes générées par la centrale. **La diminution des lignes « produits » et « charges » s'explique donc par le développement des réservations en ligne.**

Parallèlement, le développement des ventes « B to B » avec la mise en place de partenariats de distribution des offres de séjour par l'intermédiaire de clients professionnels (agences de voyages comme Tourisme Alsace Réservation ou Tour Operator comme Visit France) devrait permettre de compenser et stabiliser la ligne des produits malgré l'augmentation des ventes en ligne. En effet, les clients professionnels encaissent les montants des séjours directement auprès du client final et reverse au producteur, en l'occurrence l'ADT du Bas-Rhin, le montant des prestations, déduction faite de la commission qui leur est due en tant qu'apporteur d'affaires.

Il est à noter toutefois que ces montants sont facturés par les clients professionnels en début de mois suivant le séjour et réglé sous 30 jours à compter de la facturation. Les montants de ces réservations seront dès lors encaissés par l'ADT après qu'elle-même ait réceptionné et réglé les factures des prestataires. Contrairement aux ventes directes aux clients particuliers, ces réservations ne permettront pas de réaliser d'avance de trésorerie.

Afin d'augmenter le nombre de réservations et de répondre aux besoins du Service Promotion, **l'impression de flyers thématiques reprenant des offres de séjours pour diffusion auprès du grand public sera reconduite en 2012** (cf. Budget Communication). Ces supports seront générés à partir du LEI grâce au développement technique réalisé en 2011, permettant une édition automatisée en FR, D et GB. Toutefois, il s'agit d'une année de transition, les coordonnées de la centrale du Bas-Rhin seront progressivement remplacées par celles de l'opérateur régional désigné dans le cadre de la PCA. A terme, les supports promotionnels relatifs aux offres de séjours produites par l'ADT du Bas-Rhin, et d'autres partenaires, renverront vers l'opérateur régional Tourisme Alsace Réservation (TAR) qui se chargera de la vente et de la relation clients.

L'année 2011 a permis le **déploiement du projet de Plateforme de Commercialisation Alsace** et d'entrer concrètement dans sa phase opérationnelle avec l'ouverture de la boutique en ligne www.tourisme-alsace-reservation.com et sur le site du Comité Régional du Tourisme www.tourisme-alsace.com.

La moitié du portefeuille d'offres de la centrale de l'ADT du Bas-Rhin est d'ores et déjà distribuée par l'intermédiaire de Tourisme Alsace Réservation (TAR). Afin d'assurer un maillage territorial le plus efficient possible, priorité a été donnée aux prestataires issus de secteurs géographiques non couverts par un Office de Tourisme disposant d'une Immatriculation.

Les Offices de Tourisme, exerçant une activité commerciale et impliqués depuis le début du projet de PCA, ont pour soin d'animer leur réseau de prestataires afin de faire remonter l'offre de leur territoire dans le cadre d'un partenariat contractualisé avec Tourisme Alsace Réservation.

L'année 2012 permettra de rendre visible l'autre moitié des offres de séjours et de convaincre les éventuels quelques prestataires réticents à être distribués par l'intermédiaire de TAR. Cette offre, constituée au cours des trois dernières années dans le but de la mise en place de la PCA, se verra complétée par de nouvelles offres de séjours complémentaires des produits existants, en cohérence à la fois avec les axes la stratégie Alsace 2012-2014 proposée par le Conseil Général l'ADT du Bas-Rhin et le plan marketing régional (à finaliser).

L'élaboration de produits touristiques : 12.950 €

L'élaboration de produits touristiques, évaluée à 12.950 € comprend pour le Service Commercialisation « Bas-Rhin Réservation » : l'insertion de séjours dans la brochure « Noël en Alsace » (compte collectif « Tourisme 67/68 »), des frais de maintenance du logiciel et du mini-site de réservation Nethotels, l'option cartographie Nethotels pour localiser les hébergements, la personnalisation des « bons d'échange » Nethotels, les frais de traduction relatifs aux hébergements et aux offres de séjours, aux frais inhérents au développement de l'offre dans une quatrième langue (néerlandais), afin de répondre aux besoins du Service Promotion et l'achat de topoguides.

- a) Insertion « Noël en Alsace » :** un montant de **3.000 €** est proposé pour l'insertion d'idées séjours dans la brochure « Noël en Alsace » éditée par le CRT (compte collectif « Tourisme 67/68 »).
- b) Maintenance du mini-site dédiée à la réservation :** un montant de **1.000 €** est proposé pour assurer la maintenance du mini-site dédié à la réservation d'hébergement sec et de séjours dans le département du Bas-Rhin. Le site internet grand public de l'ADT du Bas-Rhin www.tourisme67.com ayant disparu au profit d'un site portail du tourisme alsacien commun au CRT et aux ADT, le Service Commercialisation conserve de façon transitoire sa propre vitrine pour y exposer l'ensemble de son offre et y rediriger les clients dans le cadre d'actions de marketing.
- c) Intégration d'une langue supplémentaire :** un montant de **650 €** est proposé pour intégrer dans le logiciel de réservation une langue supplémentaire. Si l'on souhaite investir davantage le marché néerlandophone, il semble incontournable de pouvoir proposer les descriptifs des produits dans la langue appropriée.
- d) Option cartographie Nethotels :** un montant de **500 €** est proposé pour l'affichage d'un lien vers une carte Google permettant la localisation jusqu'à 100 hébergements partenaires.
- e) Bons d'échange Nethotels :** un montant de **300 €** est proposé pour personnaliser les « vouchers » édités par le biais du logiciel Re'Server. Ce développement permettra notamment de coupler l'édition du bon d'échange à celle d'un courrier d'accompagnement lors de l'envoi de la pochette de voyage au client.
- f) Traduction (D-GB-NL) :** un montant de **7.000 €** est proposé afin de couvrir à la fois les frais de traduction habituels relatifs à la commercialisation de nouveaux hébergements et de nouveaux séjours mais également le développement de l'offre dans une langue supplémentaire : le néerlandais. Le Service Promotion y mène plusieurs actions à la fois sur le marché belge-flamand et aux Pays-Bas. Cette clientèle au fort pouvoir d'achat, amatrice de courts-séjours et ayant très facilement recours à internet pour réserver les voyages, semble une cible intéressante à développer.
- g) Achat de topo-guides et cartes :** un montant de **500 €** est proposé pour l'achat de topo-guides et de cartes qui seront remis aux clients ayant réservé des séjours « randonnées pédestres ». Ces frais sont répercutés sur les forfaits vendus.

Coût estimé : 70.650 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	10.650 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	Clients Service de Réservation : 60.000 €
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 2

Indicateurs

	2010	2011
Chiffre d'affaires généré	133 200 €	
Nombre total de forfaits proposés	58	
Nombre de nouveaux forfaits	15	
Nombre de forfaits Noël	12	
Nombre de prestataires	53, dont 8 nouveaux	
Nombre de sites visités par l'équipe du SLA	3 hôtels	
Nombre de réservations effectives	466	

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

4. COMMUNICATION

Relations publiques, presse, supports, publicité

Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : TERRITOIRE NATIONAL ET INTERNATIONAL
Public concerné : PROFESSIONNEL ET GRAND PUBLIC	
Personnel à contacter pour cette action : ADT – Service Communication – Tél. : 03 88 15 45 92/94	

Budget 2011 : 70.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Sur le plan de la Communication, l'année 2011 a été marquée par plusieurs événements :

- les 60 ans de l'ADT ;
- le développement du M-tourisme avec l'application « 2000 ans d'architecture en Alsace » ;
- la thématique de la mobilité et de l'accessibilité avec « L'Alsace sans ma voiture », « Canaux et véloroutes en Alsace ».

L'ADT a également accompagné de nombreuses initiatives telles que :

- l'ouverture du Musée Lalique en juillet ;
- les Terres à l'Envers en septembre ;
- les 67 h du 67 en octobre ;
- la promotion du TGV Rhin-Rhône en novembre.

■ E-newsletter

Après consultation d'agences en début d'année, une newsletter électronique mensuelle est venue remplacer l'ancienne formule papier pour plus de réactivité par rapport à l'actualité avec une diffusion immédiate. Cette version est aussi plus économique. 9 e-newsletters ont ainsi été diffusées de mars à décembre (avec deux numéros bimensuels « juillet/août » et « décembre/janvier »). La mise en place d'outils spécifiques comme un blog est venu compléter le dispositif avec 14 articles par numéro, soit 126 posts annuels.

■ Supports institutionnels

Ce poste comprend la création du rapport d'activité annuel et d'une carte de vœux électronique animée, ainsi que de la signature « 60 ans de l'ADT ». Cette signature a été utilisée sur tous les supports institutionnels comme la e-newsletter, les signatures de mails, le document « contribution à une stratégie touristique Alsace 2012-2014 ».

■ **Matériel de communication**

Les réalisations sont destinées à soutenir les actions de promotion et de communication et à répondre à des opérations ponctuelles. En 2011, on note la réalisation de plusieurs dépliants avec une sélection de séjours Bas-Rhin Réservation pour différentes manifestations : Village alsacien à Paris, Événementiel à Versailles, Congrès national des nouvelles technologies, village alsacien à Lyon, Salon Plaza Culinaria...

Dans le cadre d'une politique de partenariats élargis, il a été procédé à l'achat de 4 nouveaux supports de kakémonos, afin de mieux répondre aux demandes de prêts. Le poste comprend aussi l'impression de la plaquette Rn2D présentant les missions d'un CDT, intitulée « Tour d'Horizon » et personnalisée aux couleurs de l'ADT, ainsi que des traductions de dossiers de presse en anglais et en allemand.

■ **Partenariats**

Les partenariats visent à faire connaître l'offre touristique bas-rhinoise et alsacienne à l'occasion d'événements culturels et sportifs et comprennent des actions de relations presse, des échanges marchandises (insertions presse, mise à disposition de kakémonos, totems, brochures et sacs, organisation de jeu-concours, lots, etc.).

En 2011, on note 4 grandes opérations (les 67 h du 67 avec le Conseil Général du Bas-Rhin, l'événementiel Dijon avec l'ADT 68, Les Terres à l'Envers avec les Jeunes Agriculteurs, les Escapades au Pays du Sapin de Noël) et 9 partenariats (avec échange de marchandises, demande de lots et prêt de matériel de communication).

Dans le cadre de la mise en place des Paniers d'accueil Alsace à destination des hébergeurs initiée en 2010, 300 boîtes supplémentaires ont été assemblées et vendues en 2011 bouclant ainsi la première édition. Le questionnaire de satisfaction, administré à la suite de la diffusion des premiers paniers d'accueil, a permis d'évaluer l'impact de l'expérience et d'envisager des ajustements pour une prochaine édition.

■ **Relations publiques –Événementiels**

Les opérations de relations publiques et les événementiels permettent d'augmenter la notoriété des territoires bas-rhinois, de créer de l'actualité touristique et de dynamiser l'image de l'Alsace. Un accompagnement de l'ouverture du Musée Lalique a été réalisé avec notamment l'organisation d'une avant-première avec le Club de la Presse de Strasbourg et des journalistes invités en partenariat avec la Maison de l'Alsace à Paris, rassemblant plus de 50 personnes. L'ADT s'est également engagée dans plusieurs manifestations d'envergure comme le TGV Rhin-Rhône, les Terres à l'Envers ou encore l'opération du Conseil Général « Les 67 h du 67 ».

■ **Aménagement des locaux en termes d'image**

Ce budget est destiné au fleurissement de l'espace Accueil rue Bartisch (les bouquets à l'accueil, le sapin annuel, les plantes d'ornements dans le hall d'accueil)

■ **Relations presse**

Ce poste comprend la réalisation de supports de presse (communiqués et dossiers de presse), ainsi que les accueils/voyages de presse et les workshops presse. En 2011 :

- ▶ 43 communiqués de presse ont été écrits et diffusés et 4 dossiers de presse ont été réalisés :
« Nouveautés 2011 » traduit en anglais et en allemand, « 2000 ans d'architecture en Alsace », « Alsace » réalisé en coordination avec l'ADT68, « Action de l'ADT ».
- ▶ 3 conférences de presse ont été organisées :
 - Nouvelle présidence de l'ADT,
 - Présentation 2000 ans d'architecture en Alsace,
 - Lignes touristiques de la Haute-Bruche.

Les voyages de presse sont proposés dans le cadre de l'accompagnement des nouvelles thématiques et en mutualisant les moyens avec l'ADT 68, le CRT Alsace et la Maison de l'Alsace à Paris. Un accompagnement des demandes des territoires a été tout particulièrement mis en œuvre avec l'Alsace du Nord en 2011 (voyage de presse Alsace du Nord en avril avec 4 journalistes allemands) et dans le cadre des nouveautés et événements à promouvoir. Le musée Lalique a, bien entendu, été largement mis à l'honneur avec l'organisation de 2 voyages de presse, le premier en juillet avec 5 journalistes français sur le thème Art Nouveau et Lalique et le second avec 4 journalistes allemands en octobre, ainsi que des accueils individuels comme pour le magazine autrichien Woman. Trois autres voyages ont été organisés avec le CRT (Tourisme industriel pour la presse allemande et Noël pour la presse belge et allemande) ainsi que 9 accueils de presse individuels (TV polonaise pour une émission consacrée aux produits du terroir, vin et spécialités culinaires, Le Figaro, Maison Créative, Ma Maison Mon jardin, Guide Elsass de Mickael MULLER, Guide Vert Michelin, WineChicTravel, Le Cycle...).

L'ADT a participé à 3 workshops presse :

en janvier le Forum Deptour à Paris organisé par la Rn2D (présentation des nouveautés de l'année à venir à la presse touristique nationale), en mai : Panier de Printemps et pour finir, en octobre, les nouveautés de Noël (ces deux manifestations organisées à Paris avec le CRT, les offices de tourisme et les prestataires).

■ **Publicité**

Le budget comprend des campagnes d'insertions presse sur la base des plans de communication accompagnant les thématiques lancées en 2010 comme « Alsacez-vous sans votre voiture » (déplacements doux) et « Bas-Rhin Réservations » ainsi que la nouvelle thématique « TGV Rhin-Rhône ». Un visuel spécifique a été créé avec les différentes adaptations de formats. A noter : la sortie du guide Hachette (partenariat sur 2 ans), le partenariat annuel internet avec Made in Alsace et le partenariat avec le Magazine En Alsace pour son numéro spécial consacré à l'Alsace du Nord, ainsi que les insertions publicitaires dans la Carte des Parcs et Jardins, le Guide Logis, Wi Wo Was, Grains de Sel.

Budget 2012 : 75.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Les actions proposées en matière de communication s'inscrivent dans le cadre des priorités suivantes :

- développer l'image et la notoriété du Bas-Rhin et de l'Alsace,
- fédérer les partenaires et coordonner les initiatives en offrant une place privilégiée à l'information interne au Bas-Rhin, voire à l'ensemble des territoires alsaciens,
- assurer la communication institutionnelle et faire connaître les réalisations remarquables portées par l'ADT et ses partenaires.

Le plan de communication tient compte de la contribution à une stratégie touristique Alsace 2012-2014 et définit des actions complémentaires et concertées avec le CRT (chargé de la communication et de l'image de l'Alsace au plan national et international) et l'ADT 68. Certaines actions sont également prévues avec la Maison de l'Alsace à Paris et la Direction de la Communication du Conseil Général du Bas-Rhin.

Le détail des opérations proposées au titre du chapitre « Communication » se décompose comme suit :

1. Lettre d'information / e-newsletter : 2.000 €

La nouvelle formule d'e-newsletter lancée en 2011 et destinée aux professionnels du tourisme, membres du Club Promotion Alsace, et à la presse est reconduite. Diffusée à près de 2.000 contacts, elle permet une plus grande réactivité par rapport à l'actualité avec une diffusion immédiate, elle est aussi plus économique que l'édition d'un support papier. La rubrique *e-nitiatives terrain* permet de diffuser l'information des territoires et des professionnels et la rubrique *e-nitiatives ADT* fait la part belle aux actions engagées par les différents services de l'Agence.

2. Supports institutionnels : 7.000 €

Ce poste comprend le rapport d'activité annuel, une nouvelle édition du document de présentation de l'ADT « Qui sommes-nous ? », les cartes de vœux, les cartons d'invitation et divers supports utiles à la réalisation des différentes missions de l'ADT. En raison des économies à rechercher dans ce domaine également, des versions numériques remplacent les impressions papier lorsque cela est possible. En 2012 est prévue l'impression de pochettes de présentation du label Clévacances.

3. Matériel de communication : 8.000 €

En 2012 sont prévus la création d'une ligne de kakémonos et de totems dans le cadre d'une politique de partenariats élargie, ainsi que de nouveaux objets et textiles publicitaires. Ces réalisations sont destinées à soutenir les actions de promotion et de communication et à répondre à des opérations ponctuelles (accessibilité : kakémono, Alsace destination d'excellence vélo : objets publicitaires, par ex. gilets fluo, pinces., ATP/Pâques : objets publicitaires, par ex. sacs). Ce poste comprend également l'impression de fiches pdf multi-séjours Bas-Rhin Réservation, du matériel pour Egast, des plaquettes pour les sites labellisés et la traduction des dossiers de presse.

4. Partenariats : 6.000 €

Les partenariats visent à faire connaître l'offre touristique bas-rhinoise et alsacienne à l'occasion d'événements culturels et sportifs et comprennent des actions de relations presse, des échanges marchandises (insertions presse, mise à disposition de stands, kakémonos, totems, brochures et sacs, organisation de jeux-concours, lots...). Ce poste comprend les paniers d'accueil, des lots et cadeaux et les jeux-concours Bas-Rhin Réservation.

5. Relations publiques et opérations événementielles : 7.000 €

Les opérations de relations publiques et les événementiels permettent d'augmenter la notoriété des territoires bas-rhinois, de créer de l'actualité touristique et de dynamiser l'image de l'Alsace. En 2012 sont prévus un accompagnement de l'ouverture de la ligne TGV Rhin-Rhône, un événementiel itinérant pour faire connaître « l'Alsace, destination d'excellence vélo », une chasse aux œufs de Pâques, etc. Sont également prévus des lancements d'opérations événementielles à la Maison de l'Alsace à Paris et des opérations de relations publiques avec le Club de la Presse.

6. Aménagement des locaux en termes d'image : 1.000 €

Ce budget est prévu pour des aménagements ponctuels et limités dans les locaux de l'ADT.

7. Relations Presse : 19.000 €

Ce poste comprend la réalisation de **supports de presse** (communiqués et dossiers de presse), les **accueils** et les **voyages de presse**, ainsi que les **workshops presse**. Les voyages de presse sont organisés dans le cadre de l'accompagnement des nouvelles thématiques et en mutualisant les moyens avec l'ADT 68, le CRT et la Maison de l'Alsace à Paris. Un accompagnement des demandes des territoires sera tout particulièrement mis en œuvre et dans le cadre des nouveautés et événements locaux à promouvoir.

En 2012, les accueils et voyages de presse seront réalisés selon les nouveaux axes prioritaires prévus dans le cadre de la stratégie 2012-2014 (accessibilité, Alsace destination d'excellence vélo, tourisme durable/écotourisme et ATP/Pâques).

8. Publicité : 25.000 €

Le budget comprend des campagnes d'insertions presse sur la base des plans de communication accompagnant les nouvelles thématiques. « Alsacez-vous sans votre voiture » (déplacements doux) et « Bas-Rhin Réservation » sont les deux thèmes lancés en 2010. Ces campagnes seront maintenues en 2012 afin de capitaliser sur ces thèmes. Un nouveau thème vient compléter le dispositif : « les nouvelles technologies » (2000 ans d'architecture, GPS). En 2012, des bandeaux web seront créés afin de répondre aux demandes d'échanges de liens et de campagnes web. Le budget comprend également les insertions annuelles et les insertions dans le cadre des partenariats.

A noter qu'en tant que de besoin, ces propositions budgétaires pourront être ajustées, dans l'enveloppe prévue, afin de répondre, dans la mesure du possible, aux sollicitations non programmées et en relation avec les différentes missions de l'ADT (promotion, fleurissement, Bas-Rhin Réservation, etc.).

Coût estimé : 75.000 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	70.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	Partenariats/prestataires : 5.000 € + gratuites négociées pour les accueils de presse
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 1,95

Indicateurs

	2010	2011
Nombre d'accueils de presse et nombre de journalistes accueillis	50 journalistes accueillis en 13 accueils individuels et 3 voyages de presse	58 journalistes accueillis en 9 accueils individuels et 6 voyages de presse
Nombre d'insertions presse	19	6
Nombre d'opérations de relations publiques	10	4
Nombre de dossiers de partenariats	15	13
Nombre de communiqués de presse	26 6 conférences de presse	43 dont 3 conférences de presse
Nombre de demandes de journalistes traitées (hors accueils de presse thématiques)	15	10
Nombre de dossiers de presse (thématiques) rédigés	4	4
Nombre de supports institutionnels réalisés	3	4
Nombre de matériel de communication	12	13
Nombre de Newsletter	0	9
Nombre de post sur le blog	0	126

Organisme : **ADT**
Exercice : **2012**

5. INFORMATION

Accueil – Information - Logistique	
Date/Durée de l'action : 2012/1 an	Lieu(x) de réalisation et rayonnement géographique espéré : TERRITOIRE NATIONAL ET INTERNATIONAL
Public concerné : PROFESSIONNEL ET GRAND PUBLIC	
Personnel à contacter pour cette action : ADT - Service Accueil-Information-Logistique – Tél. : 03 88 15 45 80/88/66	

Budget 2011 : p.m.

Bilan de l'exercice écoulé

Diffusion de la documentation

Durant l'année 2011, l'ADT du Bas-Rhin a répondu à un total de plus de **3.645 demandes** de documentation contre 4.650 demandes en 2010 (- 21%), ce qui représente **71.100 brochures diffusées** (95.550 en 2010).

Ces demandes sont parvenues

- ▶ par mail : 54 % (contre 49 % en 2010) dont 39 % proviennent du site Internet www.tourisme67.com ;
- ▶ par téléphone : 38 % (contre 44 % en 2010) ;
- ▶ par courrier, fax, divers : 8 %.

A noter que les **demandes via Internet sont en très nette progression (+ 5 points sur une année)**.

Les envois se font majoritairement à destination des particuliers : 86 % (contre 80 % en 2010). S'agissant des professionnels (14 % des demandes), la plus grande part concerne les Offices de Tourisme de France, suivis par les Offices de Tourisme du Bas-Rhin. Les autres destinataires en tête de liste sont les agences des voyages, les comités et restaurants d'entreprises. Les établissements scolaires et les maisons de retraites sont particulièrement demandeurs d'affiches touristiques, notamment dans le cadre d'animations gastronomiques.

Les brochures sont principalement envoyées à destination de :

- la France : 77 % ;
- l'Allemagne : 12 % ;
- la Belgique : 4,4 % ;
- des Pays-Bas et de l'Italie : 1 % ;
- de la Suisse, de l'Espagne, de l'Autriche, etc.

Les commandes de brochures proviennent d'une quarantaine de pays différents.

Concernant les régions françaises, les envois se font à destination :

- de l'Alsace : 21 % ;
- de l'Ile-de-France : 11 % ;
- la Lorraine, : 7,5 % ;
- la région Rhône-Alpes : 7,1 % ;
- suivies des Pays de Loire, du Nord- Pas de Calais, de la Normandie, de la Bretagne, etc.

Budget 2012 : p.m.

Coût estimé : p.m.

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	Charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 2

Indicateurs

	2010	2011
Nombre de demandes de documentation traitées	4651 (-9 % par rapport à 2009)	3.645 (-21 % par rapport à 2010)
Nombre de brochures envoyées	95.553 (- 9 % par rapport à 2009)	71.100 (- 25,6 % par rapport à 2010)

3. L'organisation de l'ADT

Le bilan des actions 2011 décrit sur les fiches d'actions témoigne de la mise en oeuvre efficace et dynamique des axes du Plan Départemental de Développement Touristique (PDDT) révisé, nécessitant un effort constant et une implication quotidienne de toute l'équipe de l'Agence qui s'est tout particulièrement mobilisée, en 2011, dans le travail de contribution à une stratégie touristique Alsace 2012-2014.

L'ADT du Bas-Rhin a poursuivi

- la consolidation de sa position par rapport au Conseil Général du Bas-Rhin et dans le concert des acteurs du tourisme, toujours dans un souci de cohérence de l'action et pour le développement de l'économie régionale du tourisme ;
- dans le cadre du partenariat renforcé et d'une recherche de progrès mutuel avec le Conseil Général, la mise en œuvre des recommandations issues de l'audit réalisé en 2008/2009 et portant sur la gouvernance, la vie juridique, le fonctionnement comptable et financier, la situation fiscale, la situation sociale et le respect du contrat d'objectifs annuel : poursuite de la comptabilité analytique, mise à jour d'un registre spécial de l'association, phase de démarrage de la révision des statuts, etc.

Le regroupement des services de l'ADT dans des locaux fonctionnels à la Meinau et la poursuite de la collaboration avec l'ensemble des partenaires touristiques ont renforcé cette organisation.

Comme en 2010, la procédure d'entretien professionnel et d'évaluation annuelle a renforcé la conduite de progrès, l'accompagnement du changement des métiers du tourisme et l'évolution individuelle de chaque salarié. Elle a, entre autres, abouti sur un plan de formation soutenu au cours de l'exercice 2011, portant sur :

- la rédaction web (initialisation in-situ et accompagnement à la production éditoriale),
- l'E-Tourisme,
- la formation Sauveteur Secouriste du Travail (SST),
- la conception d'un séjour : du montage à la commercialisation,
- le perfectionnement de l'outil Excel,
- une formation en allemand (mise à niveau),
- la poursuite de l'acquisition des connaissances en italien et une initiation au serbo-croate dans le cadre du Droit Individuel à la Formation : DIF.

Bilan social 2011 de l'ADT du Bas-Rhin

I. Emplois

1. Répartition des effectifs par catégorie et par sexe

CDI

(Effectif identique à celui de 2010)

	Hommes	Femmes	Total
Employés (E)	2	5	7
Agents de maîtrise (AM)	3	11	14
Cadres (C)	3	4	7
Total	8	20	28

CDD

	Hommes	Femmes	Total
Employés	0	1 (*)	1
Agents de maîtrise	0	0	0
Cadres	0	0	0
Total	0	1	1

(*) sous forme de contrat de professionnalisation

**29 salariés en 2011 :
28 CDI (26,43 ETP)
et 1 CDD (sur 3,5 mois : mi-septembre/fin décembre)**

Il est à noter qu'une démission a été enregistrée fin décembre 2011.

2. Répartition du personnel permanent par service

	Employés		Agents de maîtrise		Cadres		Total par service	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Personnes	%
Direction – Assistance/Secrétariat		1			1		2	7,14
Personnel – Administration – Finances (PAF)		1				1	2	7,14
Territoires			1	3	1		5	17,86
Editions – Thématiques				3	1		4	14,29
Hébergements – Fleurissement - Labellisation (HLF)			1	3		1	5	17,86
Promotion				1		1	2	7,14
Commercialisation		2		1			3	10,72
Communication		1				1	2	7,14
Internet - Informatique			1				1	3,57
Accueil – Information - Logistique	2						2	7,14
Total Hommes-Femmes par catégorie	2	5	3	11	3	4		
Total de personnes par catégorie	7		14		7			
Total de personnes	7		14		7		28	

... et en Equivalent Temps Plein (ETP)

	Employés		Agents de maîtrise		Cadres		Total par service	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Personnes	%
Direction – Assistance/Secrétariat		0,88			1,00		1,88	7,15
Personnel – Administration – Finances (PAF)		0,80				1,00	1,80	6,80
Territoires			1,00	2,92	1,00		4,92	18,62
Editions – Thématiques				2,57	1,00		3,57	13,51
Hébergements-Fleurissement-Labellisation (HLF)			1,00	2,50		1,00	4,50	17,03
Promotion				1,00		1,00	2,00	7,57
Commercialisation		1,80		1,00			2,80	10,59
Communication		1,00				0,95	1,95	7,38
Internet - Informatique			1,00				1,00	3,78
Accueil – Information - Logistique	2,00						2,00	7,57
Total Hommes-Femmes par catégorie	2,00	4,48	3,00	9,99	3,00	3,95		
Total de personnes par catégorie	6,48		12,99		6,95			
Total de personnes	6,48		12,99		6,95		26,42	

3. Organigramme 2011

Direction Directeur : Marc LEVY (ETP : 1) 03 88 15 45 90											
Assistance – Secrétariat Sandra SCHIEHL (ETP : 0,88) 03 88 15 45 89											
Personnel / Administration / Finances (ETP : 1,80) Josiane KNITTEL (ETP : 1) 03 88 15 45 91 Yolande QUIRI (ETP : 0,80) 03 88 15 45 81											
Stratégie des Territoires (ETP : 4,62) Frédéric BIEBER (ETP : 0,90) 03 88 15 45 61 Laetitia CONNAN-G'STYR (ETP : 1,00) 03 88 15 45 67 Charline DELHAUTAL (ETP : 1,00) 03 88 15 45 87 Dimitri LETT (ETP : 0,80) 03 88 15 45 65 Marie-Jo SIMON (ETP : 0,92) 03 88 15 45 62	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center; background-color: #e0ffe0;">Hébergement-Labelisation- Fleurissement (ETP : 4,50)</th> </tr> <tr> <th style="width: 33%; background-color: #e0ffe0;">Hébergement (ETP : 1,50)</th> <th style="width: 33%; background-color: #e0ffe0;">Labelisation (ETP : 2,60)</th> <th style="width: 33%; background-color: #e0ffe0;">Fleurissement (ETP : 0,40)</th> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0ffe0;"> Marie BARBERO (ETP : 0,60) 03 88 15 45 68 Franck KORMANN (ETP : 0,90) 03 88 15 45 63 </td> <td style="background-color: #e0ffe0;"> Marie-Christine ALZINGRE (ETP : 0,90) 03 88 15 45 98 Franck KORMANN (ETP : 0,10) Sandrine SEHR (ETP : 1,00) 03 88 15 45 69 Denise ZINDEL (ETP : 0,60) 03 88 15 45 97 </td> <td style="background-color: #e0ffe0;"> Denise ZINDEL (ETP : 0,40) 03 88 15 45 97 </td> </tr> </table>		Hébergement-Labelisation- Fleurissement (ETP : 4,50)			Hébergement (ETP : 1,50)	Labelisation (ETP : 2,60)	Fleurissement (ETP : 0,40)	Marie BARBERO (ETP : 0,60) 03 88 15 45 68 Franck KORMANN (ETP : 0,90) 03 88 15 45 63	Marie-Christine ALZINGRE (ETP : 0,90) 03 88 15 45 98 Franck KORMANN (ETP : 0,10) Sandrine SEHR (ETP : 1,00) 03 88 15 45 69 Denise ZINDEL (ETP : 0,60) 03 88 15 45 97	Denise ZINDEL (ETP : 0,40) 03 88 15 45 97
Hébergement-Labelisation- Fleurissement (ETP : 4,50)											
Hébergement (ETP : 1,50)	Labelisation (ETP : 2,60)	Fleurissement (ETP : 0,40)									
Marie BARBERO (ETP : 0,60) 03 88 15 45 68 Franck KORMANN (ETP : 0,90) 03 88 15 45 63	Marie-Christine ALZINGRE (ETP : 0,90) 03 88 15 45 98 Franck KORMANN (ETP : 0,10) Sandrine SEHR (ETP : 1,00) 03 88 15 45 69 Denise ZINDEL (ETP : 0,60) 03 88 15 45 97	Denise ZINDEL (ETP : 0,40) 03 88 15 45 97									
Développement des thématiques et éditions (ETP : 3,37) Christian FLEITH (ETP : 0,80) 03 88 15 45 95 Carole HEILIGENSTEIN (ETP : 0,92) 03 88 15 45 93 Caroline KIEFFER (ETP : 0,91) 03 88 15 45 96 Magali VOLLMER-BURGER (ETP : 0,74) 03 88 15 45 82											
Coopération transfrontalière et transnationale (1) (ETP : 0,50) (1) Frédéric BIEBER (ETP : 0,10) (1) Christian FLEITH (ETP : 0,20) (2) Dimitri LETT (ETP : 0,20)	Internet – Informatique (ETP : 1,00) Olivier GIHR (ETP : 1,00) 03 88 15 45 84										
Promotion (ETP : 2) Claudine LEVY (ETP : 1) 03 88 15 45 83 Véronique LOECKEN (ETP : 1) 03 88 15 45 99	Communication (ETP : 1,95) Catherine LEHMANN (ETP : 0,95) 03 88 15 45 92 Hakima RACHID (ETP : 1) 03 88 15 45 94										
Service Loisirs-Accueil (ETP : 2,80) Laetitia LAEMMEL (ETP : 1) 03 88 15 45 60 Valérie MATZINGER (ETP : 0,80) 03 88 15 45 86 Diana CILIENTO (ETP : 1) 03 88 15 45 85											
Accueil – Information – Logistique (ETP : 2,00) Guillaume BERNARD (ETP : 0,50) 03 88 15 45 80 (standard) – 03 88 15 45 88 René BIREMBAUT (ETP : 1) 03 88 15 45 66											

Total effectif : 28 personnes - Total effectif équivalent temps plein (ETP) : 26,42

4. Age

Sur un effectif de 28 permanents,
l'âge moyen est de 42,07 ans.

La personne la plus âgée a 63 ans, la plus jeune 28 ans.

L'âge moyen des 20 femmes s'élève à 42,3 ans.

Celui des 8 hommes est de 41,5 ans.

5. Ancienneté

Les 28 salariés cumulent à 385,63 années travaillées,
soit une moyenne de 13,77 ans d'ancienneté par personne.

L'ancienneté la plus longue au 31 décembre 2011 s'élève à 38,5 ans,
la plus courte à 2 ans.

6. Temps de travail

Sur les **28 salariés permanents**,

- 18 ont travaillé à temps complet, dont 10 femmes et 8 hommes, soit 35 H par semaine ou 151,67 H par mois (100 %) ;
- 10 femmes à temps partiel (variant de 60 à 95 %)

représentant en moyenne, en 2011, **26,42 ETP**.

Sur les 10 postes à temps partiel, 1 correspond à une réduction du temps de travail dans le cadre d'un congé parental d'éducation.

Ainsi, en 2011, l'ADT a payé, en moyenne, 4.006 H (3.993 H en 2010) par mois pour les permanents et **48.787 H sur l'année** (48.865 H en 2010), dont 724 H supplémentaires contre 946 H en 2010).

La majorité des heures supplémentaires ont été effectuées lors des permanences assurées dans les foires et salons, dans le cadre d'accueils de presse ou de la préparation de la campagne annuelle de fleurissement.

L'ADT s'est alignée sur les dispositions prises par le Conseil Général du Bas-Rhin en offrant à son personnel trois jours de congés exceptionnels au titre de l'exercice 2011 (les 3 juin, 15 juillet et 31 octobre).

7. Distinctions

La **Médaille d'Honneur du Travail** a été décernée à 6 collaborateurs de l'ADT, dans les catégories suivantes :

- ◆ Grand Or (40 ans de services) : **1**
- ◆ Or (35 ans de services) : **2**
- ◆ Vermeil (30 ans de services) : **2**
- ◆ Argent (20 ans de services) : **1**

Par ailleurs, le prix du **Challenge de l'Initiative Touristique 2011** a été décerné, le 21 novembre, aux ADT de Haute Alsace et du Bas-Rhin pour le concept « Le meilleur de l'Alsace dans votre automobile » auquel un des salariés de l'ADT 67 a largement contribué.

8. Contrats à durée déterminée (CDD)

Services de l'ADT	Salariés	Durée du contrat	Objet	Temps travaillé en 2010
Territoires	Pauline JOLY	à compter du 12 septembre 2011 (jusqu'au 31 juillet 2012)	Contrat de professionnalisation dans le cadre de la préparation d'un BTS Animation et Gestion Touristiques Locales (AGTL) Ecole OMNIS Strasbourg	3,60 mois

9. Stagiaires

Services ADT concernés	Stagiaires Ecoles	Formations – Objet du stage	Période d'accueil
Thématiques/TIC	Virginie COUGET Ecole OMNIS Strasbourg	BTS Animation et Gestion Touristiques Locales (AGTL) Valorisation de l'Europe en Alsace : Identification des sites alsaciens liés à l'Europe : projet de découverte original et organisation du concours photo « EUROPALSACE 2011 »	du 07.01. au 30.05.2011
Personnel – Administration – Finances (PAF)	Julia NATHO Euro Schule Magdeburg (Allemagne)	International Administration Manager ESA (Programme Leonard de Vinci) Assistance direction et traductions (allemand)	du 10.01. au 08.04.2011
Développement Thématiques	Cindy GREYER Université de Strasbourg	Master 2 Histoire – histoire des Mondes Germaniques Faisabilité et préparation des contenus relatifs à l'enrichissement de l'adaptation « Tourisme67.mobi », notamment concernant l'Association « Les Restaurants ont une histoire »	du 28.02. au 19.03.2011
Territoires/ Coopération transnationale	Elena WINDHOLTZ Université de Strasbourg IUT Robert Schuman Départ. Information- Communication	Licence Professionnelle Métiers de la Publicité Création de l'événement « Blanc dans le vignoble » dans le cadre de la promotion de l'oénotourisme Remise à plat de la brochure « Dolny Ren-serce magicznej Alzacji » dans le cadre de la coopération touristique transnationale avec la Pologne	du 14.03. au 17.06.2011
Accueil	Louis REEB Collège Louis Pasteur Strasbourg	Stage de découverte	du 04 au 08.04.2011
TIC	Amandine KERN Ecole d'Hôtellerie et de Tourisme de Strasbourg-Illkirch	BTS Animation et Gestion Touristiques Locales (AGTL) Audit des sites Internet du Bas-Rhin Etablissement d'un lexique d'interrogation de bases de données pour le nouveau site Internet www.massif-des-vosges.com	du 30.05. au 15.07.2011
Contrat de professionnalisation (cf. CDD) :			
Territoires	Pauline JOLY Ecole OMNIS Strasbourg	BTS Animation et Gestion Touristiques Locales (AGTL) Contrat de professionnalisation à l'ADT (CDD) : mise en place d'un pass touristique à vocation régionale	du 12.09.2011 au 31.07.2012

L'ADT a accueilli 7 stagiaires en 2011 (14 en 2010).

Pour une collaboration fructueuse et une valorisation partagée d'une période de formation, l'ADT fixe un sujet d'investigation correspondant à une préoccupation du moment, garantit un tutorat efficace et propose aux stagiaires des conditions d'accueil optimales.

La pochette élaborée en 2010 à destination des nouveaux arrivants (CDD, stagiaires...) a contribué à les accueillir dans des conditions optimales.

10. Divers

Compte Epargne Temps (CET)

En 2008 a été mis en place le Compte Epargne Temps (CET), dispositif permettant au personnel d'épargner des jours de congés ou de récupérations en temps ou en argent pour être utilisés à des fins de congés sans solde, de congés de fin de carrière ou de monétarisation.

Ce CET enregistre, au 31 décembre 2011, une épargne de 133,30 jours cumulés par 11 salariés, représentant un montant (toutes charges comprises) de 37.545 €.

Mutuelle Santé

A l'instar du dispositif existant pour les cadres, il a été proposé, à l'automne 2011, la mise en place d'une Mutuelle Santé « Famille » au profit du collègue des salariés non cadres de l'ADT, impliquant (s'agissant d'un contrat collectif susceptible d'être souscrit au nom de l'Agence) une adhésion obligatoire, avec même taux et même répartition pour tous.

Malgré l'exonération possible pour les personnes couvertes par leur conjoint(e) et la prise en charge de l'employeur à hauteur de 40 % de la cotisation correspondante, cette proposition n'a pas abouti.

Organigramme au 1^{er} janvier 2012

<p>DIRECTION Directeur : Marc LEVY (ETP : 1) 03 88 15 45 90</p>
<p>Assistance – Secrétariat Sandra SCHIEHL (ETP : 0,89) 03 88 15 45 89</p>

<p>PERSONNEL-ADMINISTRATION-FINANCES / PAF (ETP : 1,80) Josiane KNITTEL (ETP : 1) 03 88 15 45 91 Yolande QUIRI (ETP : 0,80) 03 88 15 45 81</p>

<p>DEVELOPPEMENT – MARKETING TERRITORIAL (ETP : 5,22) Stratégie des territoires (ETP : 4,62)</p>
--

<p>Référents territoriaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> . Piémont de Saverne – Alsace Bossue : Frédéric BIEBER (ETP : 0,90) 03 88 15 45 61 . Alsace du Nord : Laetitia CONNAN-G'STYR (ETP : 1) : en congé de maternité non remplacée 03 88 15 45 67 . Communauté Urbaine de Strasbourg : Charline DELHAUTAL (ETP : 1) 03 88 15 45 87 . Alsace Centrale : Dimitri LETT (ETP : 0,80) 03 88 15 45 65 . Bruche – Mossig – Piémont – Kochersberg : Marie-Jo SIMON (ETP : 0,92) 03 88 15 45 62
--

<p>Coopération touristique (ETP : 0,60)</p>			
<p>Transnationale (ETP : 0,20)</p>	<p>Tranfrontalière (ETP : 0,30)</p>	<p>Maison de l'Alsace (pm)</p>	<p>Massif des Vosges (ETP : 0,10)</p>
<p>Dimitri LETT (ETP : 0,20) 03 88 15 45 65</p>	<p>Frédéric BIEBER (ETP : 0,10) 03 88 15 45 61 Christian FLEITH (ETP : 0,20) 03 88 15 45 95</p>		<p>Christian FLEITH (ETP : 0,10) 03 88 15 45 95</p>

<p>DEVELOPPEMENT – EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION (ETP : 4,32)</p>

<p>Editions généralistes (ETP : 1)</p>	<p>Thématiques (ETP : 1,46)</p>
<p>Christian FLEITH (ETP : 0,10) 03 88 15 45 95 Caroline KIEFFER (ETP : 0,90) 03 88 15 45 96</p>	<p>Christian FLEITH (ETP : 0,30) 03 88 15 45 95 Carole HEILIGENSTEIN (ETP : 0,46) 03 88 15 45 93 Magali VOLLMER (ETP : 0,70) 03 88 15 45 82</p>
<p>Editions dématérialisées (ETP : 0,86)</p>	<p>TIC (ETP : 1)</p>
<p>Christian FLEITH (ETP : 0,30) 03 88 15 45 95 Carole HEILIGENSTEIN (ETP : 0,46) 03 88 15 45 93 Caroline KIEFFER (ETP : 0,05) 03 88 15 45 96 Magali VOLLMER (ETP : 0,05) 03 88 15 45 82</p>	<p>Olivier GIHR (ETP : 1) 03 88 15 45 84</p>

<p>DEVELOPPEMENT – DEMARCHES DE QUALIFICATION (ETP : 4,26)</p>

<p>Hébergement-Restoration (ETP : 1,25)</p>	<p>Démarche Qualité – Labellisation (ETP : 2,66)</p>	<p>Fleurissement (ETP : 0,35)</p>
<p>Marie BARBERO (ETP : 0,35) 03 88 15 45 68 Franck KORMANN (ETP : 0,90) 03 88 15 45 63</p>	<p>Marie-Christine ALZINGRE (ETP : 0,90) 03 88 15 45 98 Franck KORMANN (ETP : 0,10) 03 88 15 45 63 Sandrine SEHR (ETP : 1) 03 88 15 45 69 Denise ZINDEL (ETP : 0,66) 03 88 15 45 97</p>	<p>Marie BARBERO (ETP : 0,35) 03 88 15 45 68</p>

Organigramme au 1^{er} janvier 2012 (suite)

PROMOTION (ETP : 2,00)
Claudine LEVY (ETP : 1) 03 88 15 45 83
Véronique LOECKEN (ETP : 1) 03 88 15 45 99

COMMUNICATION (ETP : 1,95)
Catherine LEHMANN (ETP : 1) 03 88 15 45 92
Hakima RACHID (ETP : 1) 03 88 15 45 94

COMMERCIALISATION (ETP : 2,00)
Laetitia LAEMMEL (ETP : 1) 03 88 15 45 60
Diana CILIENTO (ETP : 1) : en congé de maternité, non remplacée 03 88 15 45 85

ACCUEIL – INFORMATION - LOGISTIQUE (ETP : 2,00)
Guillaume BERNARD (ETP : 1) 03 88 15 45 80 (standard) – 03 88 15 45 88
René BIREMBAUT (ETP : 1) 03 88 15 45 66

Total effectif : 27 personnes - Total effectif équivalent temps plein (ETP) : **25,44**