

CONSEIL GENERAL DU BAS-RHIN Programme d'actions et budget de l'A.D.T. pour 2013	Référence :
	Date :

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

SOMMAIRE

1. Programme d'actions et budget 2013	2
1.1. Le contexte	2-3
1.2. La poursuite des efforts de contraction des dépenses pour 2013	4
1.3. Un projet de budget réaliste	4
1.4. Les éléments budgétaires 2013	5-9
1.5. Les fiches actions	10-85
2. L'organisation de l'ADT du Bas-Rhin	86-93

1. Programme d'actions et budget 2013

1.1. Le contexte

Le budget 2013 de l'ADT a été construit

a) par rapport aux enjeux touristiques pour les territoires et la Destination Alsace rappelés ci-dessous :

→ 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,
- augmenter les nuitées, favoriser les dépenses des touristes et, par conséquent, augmenter le chiffre d'affaires et la création d'emplois non délocalisables,

→ autres enjeux :

- 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 du Bas-Rhin pour une stratégie de développement touristique Alsace 2012-2014 adoptée à l'unanimité par l'Assemblée Plénière du Conseil Général le 12 décembre 2011, et en impliquant les socioprofessionnels et les acteurs de territoire qui ont émis leur avis d'experts à travers l'organisation de groupes de travail les 20 février et 13 mars à l'Agence Culturelle d'Alsace de Sélestat (restitution des ateliers le 17 avril 2012).

Cette démarche a abouti, avec la validation, à la fin du mois de juin 2012, de la Stratégie Tourisme partagée par la Région Alsace et les Conseils Généraux.

c) en poursuivant 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), comme par exemple,

- le lancement de l'outil « Mes routes d'Alsace » par GPS (8 parcours GPS avec découverte de leurs informations patrimoniales ou historiques sur site mobile),
- l'organisation de la 1^{ère} rencontre du M-Tourisme en Alsace (le 23 mars 2012),
- le déploiement de bornes tactiles sur les grands sites de visite,
- la réalisation d'un trailer dans le cadre de la création d'un Serious game « Vivre l'Europe en Alsace »,
- le partenariat avec l'association Géocaching, etc.

d) ainsi qu'en fonction de l'expérience des années antérieures et, notamment, au vu des événements récents :

- la poursuite 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, la signalisation touristique routière, etc. ;
- le développement 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, dans le cadre du compte bancaire collectif « Tourisme 67/68 », etc. ;
- 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 et d'échanges d'expériences (éductour en Autriche dans le cadre de la mise en place d'un Pass'Alsace ou « oenotourisme » dans le « Kaiserstuhl », par ex.), de la communication (partenariat Summerlied, animation d'émissions estivales de France Bleu Alsace, etc.), de l'acquisition de matériel de promotion et du renforcement du positionnement de l'ADT 67 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 se répercutent directement sur l'activité et le budget de l'ADT, à savoir :
 - ▶ le développement de l'offre de produits sur Tourisme Alsace Réservation (TAR),
 - ▶ l'ouverture du site internet de Destination pour le grand public commun aux différentes structures,
 - ▶ l'alimentation d'une e-newsletter projet de rubriques « contenus thématiques » et « produits » dans les éditions d'appel pour la Destination Alsace (imprimées ou dématérialisées) ;
- d'opérations-phares réalisées en 2012 telles que, par exemple,
 - ▶ la présentation des nouvelles tendances de l'hôtellerie de plein air dans le cadre du salon EGAST,
 - ▶ le lancement des « Eclats de Pâques » en Alsace,
 - ▶ la déclinaison de la thématique « vélo » (nouveaux circuits, nouvelles fiches et cartes d'itinéraires cyclables, la Véloroute du Vignoble, partenariat « Cyclhôtel », etc.),
 - ▶ la signature d'une convention cadre de partenariat entre l'ADT 67 et la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin en soutien et en accompagnement des entreprises CHR,
 - ▶ l'organisation d'éductours (pour la rencontre du VPR (Internationaler Verband der Paket- und Reiseveranstalter), la plus importante association européenne de grossistes de voyages), de l'accueil d'une délégation japonaise dans le cadre de la Foire Européenne de Strasbourg ou de voyages de presse nationale, etc.

1.2. La poursuite des efforts de contraction des dépenses pour 2013

Le cadrage du budget nécessaire pour la réalisation des missions de l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin en 2013 s'inscrit à la fois dans un contexte économique toujours contraint et dans un souci partagé d'efficacité et de rationalisation des dépenses publiques.

Cette projection budgétaire s'appuie, comme pour les années précédentes, sur une recherche permanente de complémentarité entre les organismes institutionnels du tourisme et d'un affichage cohérent de la Destination Alsace.

Le calendrier lié au rapprochement des structures institutionnelles du tourisme, souhaité très officiellement par le Conseil Général du Bas-Rhin (délibération de l'Assemblée Plénière de décembre 2011) et attendu par les professionnels de l'économie touristique alsacienne depuis près de deux décennies, n'a pas permis de faire évoluer de façon significative le travail de préparation budgétaire pour 2013.

L'envergure régionale de l'action de l'Agence, réalité effective depuis plus de 10 ans et consolidée substantiellement au cours des dernières années, peut néanmoins se lire au travers du compte bancaire collectif « Tourisme 67/68 » partagé avec l'ADT de Haute Alsace et des actions cofinancées avec le CRT Alsace, énoncées précédemment. La prise de responsabilités (notion de chef de file ou de coordinateur) pour le développement des thématiques à l'échelle de l'Alsace témoigne de cette même ambition.

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, surtout, à une efficacité renforcée dans l'action.

1.3. Un projet de budget réaliste

Les prévisions budgétaires de l'ADT 2013 s'élèvent à 2.876.100 €, contre des réalisations à hauteur de 3.159.166 € en 2009, 2.909.484 € en 2010, 2.901.113 € en 2011 et un budget 2012 proposé à hauteur de 2.961.000 €.

Le projet de budget pour 2013 participe donc d'une maîtrise des dépenses, sans pour autant réduire l'ambition de l'action du Conseil Général du Bas-Rhin au bénéfice de l'économie touristique des territoires et des entreprises qui les animent.

N'est pas non plus remise en question l'impérative agressivité de la présence de la destination sur Internet qui a conduit l'Agence à renforcer son action en la matière pour 2012 et le Conseil Général sa dotation annuelle.

1.4. Les éléments budgétaires 2013

Le projet de budget 2013, dont le détail est présenté ci-après, a été adopté par le Conseil d'Administration de l'ADT le 25 octobre 2012. **Il s'élève à 2.876.100 €, la contribution départementale annuelle**, sollicitée à hauteur de 2.694.400 € (cf. réunion du Conseil d'Administration de l'ADT du 25 octobre 2012) s'élevant, en définitive, à **2.688.000 €**, soit en diminution de 4 % par rapport au montant accordé pour l'exercice précédent (2.800.000 €).

Les prestations ponctuelles, réalisées sous maîtrise d'ouvrage de l'ADT, sous la forme de sous-traitance à des organismes tiers dans le cadre de programmes de développement définis conjointement (signalisation touristique routière, développements graphiques et numériques autour de la thématique « vélo », oenotourisme avec les 60 ans de la Route des Vins, valorisation du patrimoine castral) et le soutien aux partenariats transnationaux décidés par le Conseil Général, feront, au cas par cas, l'objet de demandes de participations financières complémentaires.

Les **autres recettes 2013 (188.100 €)** sont constituées par :

- la vente de marchandises en dépôt-vente (200 €) ;
- la participation de partenaires à des actions de communication (5.000 €) ;
- les forfaits vendus par le Service de Réservation (évalués à 50.000 €) trouvant leur contrepartie dans les charges à hauteur de 45.000 € ;
- des 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 (13.400 €) ;
 - des propriétaires de meublés Clévacances couvrant les droits d'entrée des adhérents, pour un montant de 3.800 €, ainsi que des frais de procédure de classement de leurs hébergements (14.000 €) ;
 - des actions à engager sur le plan de la stratégie oenotouristique (5.000 €) ;
 - et dans le cadre de diverses opérations, dont l'utilisation du logiciel de gestion Eudonet (2.000 €).
- de subventions de la Région, d'une part, au titre du Réseau des Châteaux en Alsace (5.000 €) et l'Europe (18.000 €), d'autre part, pour des projets initiés dans le cadre du réseau « Partenalia », auquel adhère le Conseil Général, et du programme « Démarrage » ;
- les cotisations des membres statutaires (7.500 €), des membres du Club Promotion (38.000 €) et des propriétaires de meublés « Clévacances » (11.200 €) ;
- ainsi que les produits financiers générés par les placements (15.000 €).

Tout comme en 2011 et 2012, 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 4.431.330 €, dont

- 2.688.000 € pour l'ADT,
- 463.830 € en faveur d'autres organismes à vocation touristique,
- 1.070.000 € pour les aides à l'hébergement touristique et la restauration traditionnelle,
- et 209.500 € pour d'autres équipements à vocation touristique.

Enfin, il est rappelé 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 2013

<p>DEVELOPPEMENT</p> <p>Marketing territorial</p> <ul style="list-style-type: none"> Stratégie des territoires 46.000 € . Ateliers de développement touristique . 4.500 € . Echanges d'expériences et éductours . 1.500 € . Stratégie oenotouristique . 40.000 € Coopération touristique 23.000 € <ul style="list-style-type: none"> . Transnationale . 6.000 € . Transfrontalière . 5.000 € . Maison de l'Alsace pm . Massif des Vosges . 12.000 € <p>Editions de contenus et diffusion de l'information</p> <ul style="list-style-type: none"> Editions et thématiques 119.000 € <ul style="list-style-type: none"> . Editions généralistes . 66.500 € . Editions thématiques . 52.500 € Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) 93.500 € <ul style="list-style-type: none"> . Informatique pm . Editions numériques . 56.690 € . Internet . 38.810 € <p>Démarches de qualification</p> <ul style="list-style-type: none"> Fleurissement 41.900 € Démarche Qualité / Labellisation 6.700 € <ul style="list-style-type: none"> . Hôtellerie pm . Meublés . 6.500 € . Tourisme & Handicap . 200 € 	<p>330.100 €</p> <p>69.000 €</p>
<p>PROMOTION – COMMUNICATION</p> <ul style="list-style-type: none"> Promotion 153.000 € Commercialisation 70.000 € Communication 75.000 € Accueil – Information - Logistique pm 	<p>298.000 €</p>
<p>FONCTIONNEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> Achats de sous-traitance 290.000 € Impôts, salaires et charges de personnel et autres charges 1.958.000 € 	<p>2.248.000 €</p>
<p>Total</p>	<p>2.876.100 €</p>

PRODUITS 2013

<p>VENTE DE MARCHANDISES</p> <p>Dépôt-vente</p>	<p>200 €</p> <p>200 €</p>
<p>PRODUCTION VENDUE</p> <p>Participation de partenaires à des actions 67 de communication</p> <p>Service de Réservation</p> <p>Autres missions</p>	<p>57.000 €</p> <p>5.000 €</p> <p>50.000 €</p> <p>2.000 €</p>
<p>PARTENAIRES</p> <p>Association des Logis de France du Bas-Rhin</p> <p>Labellisation Clévacances</p> <p>Procédure de classement des meublés</p> <p>Stratégie oenotouristique</p>	<p>36.200 €</p> <p>13.400 €</p> <p>3.800 €</p> <p>14.000 €</p> <p>5.000 €</p>
<p>AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION</p> <p>Conseil Général – subvention de fonctionnement</p> <p>Région</p> <p>Etat - DIRECCTE</p> <p>Europe</p> <p>Cotisations</p>	<p>2.767.700 €</p> <p>2.688.000 €</p> <p>5.000 €</p> <p>pm</p> <p>18.000 €</p> <p>56.700 €</p>
<p>PRODUITS FINANCIERS</p>	<p>15.000 €</p>
<p>Total</p>	<p>2.876.100 €</p>

RECAPITULATIF DES FINANCEMENTS DU PROGRAMME D' ACTIONS 2013

Réf.	Actions	Cellules	Coût	Conseil Général	ETP
1.	DEVELOPPEMENT		330.100 €	318.600 €	13,43
1.1.	MARKETING TERRITORIAL		69.000 €	64.000 €	4,86
1.1.1.		Stratégie des territoires . Ateliers de développement touristique . Echanges d'expériences et éductours . Stratégie oenotouristique	46.000 € . 4.500 € . 1.500 € . 40.000 €	41.000 €	4,26
1.1.2.		Coopération touristique . Transnationale . Transfrontalière . Maison de l'Alsace . Massif des Vosges	23.000 € . 6.000 € . 5.000 € pm . 12.000 €	23.000 € . 6.000 € . 5.000 € pm . 12.000 €	0,60 . 0,20 . 0,30 pm . 0,10
1.2.	EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION		212.500 €	212.500 €	4,31
1.2.1.		Editions généralistes	66.500 €	66.500 €	1,00
1.2.2.		Editions et filières thématiques	52.500 €	52.500 €	1,46
1.2.3.		TIC - Editions numériques	56.690 €	56.690 €	0,85
1.2.3.		TIC - Internet	36.810 €	36.810 €	1,00
1.3.	DEMARCHES DE QUALIFICATION		48.600 €	42.100 €	4,26
1.3.1.		Fleurissement	41.900 €	41.900 €	0,35
1.3.2.		Démarche Qualité - Labellisation	6.700 €	200 €	2,66
1.3.3.		Hébergement - Restauration	pm	pm	1,25
2.	PROMOTION	Actions de promotion et de prospection (+ Club Promotion)	153.000 €	115.000 €	2,00
3	COMMERCIALISATION	Service de réservation et d'élaboration de produits touristiques	70.000 €	20.000 €	3,00
4	COMMUNICATION	Relations publiques, presse, supports, publicité	75.000 €	70.000 €	2,00
5	INFORMATION	Accueil-Information-Logistique	pm	pm	2,00
TOTAL ACTIONS			628.100 €	523.600 €	22,43
1.1.	FONCTIONNEMENT	Achats de sous-traitance	290.000 €	290.000 €	3,69
1.2.	GENERAL	Charges de fonctionnement	1.958.000 €	1.874.400 €	
TOTAL FONCTIONNEMENT			2.248.000 €	2.164.400 €	3,69
TOTAL GENERAL			2.876.100 €	2.688.000 €	26,12

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

DEVELOPPEMENT	Editions généralistes	65.000 €
	Editions et filières thématiques	41.090 €
PROMOTION	Foires-expositions	70.000 €
	Missions de prospection, opérations ponctuelles	au cas par cas
COMMERCIALISATION	SLA	6.000 €
COMMUNICATION		au cas par cas
TOTAL		182.090 €

1.5. Les fiches actions

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

1. DEVELOPPEMENT

1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.1. Stratégie des territoires

Date/Durée de l'action : 2013/1 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	

Budget 2012 : 6.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Les référents territoriaux poursuivent leur mission d'accompagnement et l'ADT met désormais à disposition un « Espace Pro » sur son site internet, à destination des acteurs locaux et des partenaires publics et privés. Un blog a été créé (www.strategie-tourisme-alsace.fr) pour communiquer autour de la stratégie touristique partagée et ainsi récolter les contributions des partenaires associés.

Par ailleurs, l'Agence s'est directement impliquée dans la co-écriture d'une stratégie touristique partagée à l'échelle de l'Alsace 2012-2014 et dans différents dossiers transversaux du Conseil Général du Bas-Rhin : plans départementaux itinérances (PDESI et PDIPR), mise en place de la taxe de séjour additionnelle départementale, animation du réseau des acteurs de l'intercommunalité, etc.

1. Les événements de sensibilisation et d'échange (PM : 4.500 €)

Les Ateliers de Développement Touristique, rencontres thématiques régulières, 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 et s'attache surtout à apporter une réelle valeur ajoutée à ces rencontres, créant ainsi un réseau efficace des acteurs touristiques du Bas-Rhin voire au-delà puisque les partenaires haut-rhinois sont invités via le RésOT.

L'offre d'une co-organisation de ces ateliers avec l'ADT de Haute Alsace a été formulée à plusieurs reprises et, dans la mesure du possible, ils sont construits de façon partenariale.

Ainsi, ont été organisés les ateliers suivants :

a) L'accueil des clientèles chinoises, indiennes et japonaises

Les visiteurs issus de ces pays sont en forte augmentation dans notre région et il est donc indispensable de mieux les connaître pour mieux les accueillir et les servir.

Cet atelier a été co-organisé par le Centre Européen de Formation de Promotion par Alternance pour l'industrie hôtelière (CEFPPA) et le Comité Régional du Tourisme Alsace. Il a eu lieu le 21 mai 2012 au CEFPPA d'Illkirch-Graffenstaden et a rassemblé environ 35 participants.

Les présentations suivantes y ont été proposées :

- une description rapide de ces marchés (contexte et profil des voyageurs) et des chiffres de fréquentation des visiteurs provenant de ces pays par le CRT Alsace,
- l'évocation des us et coutumes de ces clientèles pour optimiser le service rendu, avec un intervenant spécialisé pour chaque pays,
- la présentation de la formation organisée par le CEFPPA et les possibilités de prise en charge.

Cet atelier a également été l'occasion de mettre en avant le tout nouveau programme de formation proposé par le CEFPPA dans le cadre la Formation Professionnelle Continue en Hôtellerie- Restauration « Accueil de la Clientèle Etrangère Chine-Inde-Japon » qui s'est tenu les 23 et 24 octobre à Illkirch.

Connaître les us et coutumes de ces clientèles lointaines, optimiser les services par la prise en compte des attentes, communiquer avec efficacité et courtoisie, réagir avec efficacité en fonction des particularités de ces clientèles... c'est ce qui a été expliqué, à travers une série d'exemples très concrets, par les 3 consultants spécialisées qui ont animé cette formation et qui résident en Alsace :

- Madame Yin LOEB, pour la Chine,
- Madame Kayoko YOSHIZAKI, pour le Japon,
- Madame Rajarajeswari PARISOT, pour l'Inde.

b) La stratégie en faveur de l'oenotourisme

Dans le cadre de la dynamique initiée en faveur de l'oenotourisme en Alsace et de l'émulation globale qui se poursuit depuis le lancement du label « Vignobles et Découvertes » en 2010, un réseau d'acteurs oenotouristiques alsaciens s'est constitué, qui se voit renforcé progressivement depuis plus de deux ans.

En 2012, la stratégie en faveur de l'oenotourisme pour l'Alsace a été affinée. Elle se décline à travers un programme pluriannuel de développement (éléments versés à la Stratégie Touristique Alsace). Un ADT spécifique a été organisé le 12 juillet au CIVA à Colmar, afin de partager les objectifs stratégiques et les actions concrètes en découlant, mais aussi et surtout pour constituer des comités techniques participatifs (chargés de mettre en œuvre des projets concrets).

Le programme pluriannuel de développement permet de déployer une trentaine d'actions envisagées autour de 4 axes de développement identifiés :

- renouveler l'offre vignoble,
- structurer et valoriser les professionnels,
- animer la Route des Vins,
- assurer le volet promotion – communication & presse.

A l'issue de cette rencontre, à laquelle plus de 60 personnes ont participé, un éducteur visant à découvrir les initiatives oenotouristiques menées dans le Kaiserstuhl (à la rencontre de professionnels et sur des itinéraires thématiques aménagés) a été proposé (cf. détails Point 2 : page suivante).

c) Les autres ateliers et rencontres de progrès

En 2012, plusieurs événements co-organisés par l'ADT ont mobilisé ces mêmes acteurs, avec l'organisation :

- le 23 mars à Sélestat, avec l'Agence de développement touristique de Haute-Alsace, d'un atelier dédié au M-tourisme,
- le 25 mai, avec le Conseil Général du Bas-Rhin et le Pôle de Ressources National des Sports de Nature, d'une conférence « Sports de nature et Europe »,
- le 28 juin à Colmar, dans le cadre du Réseau Rural Régional Alsace, d'une journée sur les châteaux forts en Alsace et leur mise en tourisme.

D'autre part, l'ADT du Bas-Rhin a coordonné les différents ateliers de concertation pour la mise en place d'une stratégie de développement du tourisme en Alsace à Sélestat :

- le 20 février, plénière de lancement et premiers ateliers,
- le 13 mars, ateliers thématiques,
- le 17 avril, plénière de restitution des travaux,
- en mai, rédaction des éléments du rapport commun aux collectivités départementales et régionale sur la Stratégie Tourisme 2012-2014,
- en juin, présentation en commissions, Groupe de Travail Tourisme (GTT), etc. et préparation de la conférence de presse du 5 juillet 2012.

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.

Oenotourisme :

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 oenotouristiques. C'est pour participer à cette dynamique globale et en vue d'animer le réseau oenotouristique alsacien, qui se renforce progressivement depuis plus de deux ans, que l'ADT a proposé aux acteurs locaux l'organisation d'un éductour dans le Kaiserstuhl, qui a eu lieu le 12 juillet 2012 (cf. supra). Cette escapade prolonge la démarche initiée par l'Agence en 2011 avec la visite organisée sur la Route des Vins du Jura.

Le programme de l'éductour proposait des visites guidées sur des sentiers thématiques, avec une présentation des différentes qualités géologiques, naturelles, historiques et viticoles, des rencontres avec des acteurs locaux (viticulteurs, acteurs du tourisme), la présentation des politiques menées et actions en faveur de l'oenotourisme : vignobles et murets secs, orchidées et vignobles, nature et viticulture, terroir et géologie... mais aussi et la présentation de la stratégie oenotouristique dans le Kaiserstuhl.

Les participants, au nombre de 37, 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 67 et 68,
- OT Molsheim, Barr-Bernstein, Châtenois-Scherwiller, Kaysersberg, Obernai, Ribeauvillé-Riquewihr, Ottrott, Wissembourg,
- Domaines Blanck à Obernai, Anstotz à Balbronn, Wurtz à Hunawehr, Schoenheitz à Wihr au Val, Vonville & Fils et Fritz Schmitt à Ottrott, Cave Geiler à Ingersheim,
- Hostellerie du Rosenmeer à Rosheim,
- République du Weinland.

Pour les modalités pratiques, l'ADT 67 a pris en charge les frais de transport (enveloppe de 600 €), laissant à chaque participant les dépenses liées aux déjeuner et apéritif dinatoire.

Par ailleurs, l'ADT a accueilli, en partenariat avec le territoire labellisé « Cœur d'Alsace », un éducteur de 45 socioprofessionnels du Jura, le 22 octobre 2012. Le parcours de découverte pédagogique partait d'Obernai autour d'une visite de cave et de la présentation de la stratégie alsacienne en faveur de l'oenotourisme, puis se rendait à Ottrott pour une dégustation animée, la visite et un déjeuner au Mont Ste Odile, le Palais du Pain d'Épices Fortwenger et, enfin, Scherwiller pour une dernière dégustation commentée.

Pass Alsace :

L'ADT a souhaité initier le projet de conception d'un Pass Touristique à vocation régionale, démarche mise en œuvre à l'automne 2011, qui vise à favoriser la personnalisation de l'offre, tout en privilégiant la qualité et la relation personnalisée dans le contexte d'hyper concurrence actuel.

Afin d'apprécier les initiatives réalisées en Autriche dans ce domaine, un éducteur a été organisé les 14 et 15 mars 2012, à Salzburg pour en savoir plus sur la Salzburgcard, la Gasteincard dédiée à une vallée autrichienne et la Salzburgerlandcard (carte régionale).

Le retour d'expérience a permis aux 12 participants de cerner tout l'intérêt d'une démarche commune et partagée. En effet, le fait de travailler avec un seul et même opérateur permet toutes les souplesses et apporte ainsi une réponse personnalisée à chaque acteur. La complémentarité entre les différentes formules de pass et les échelles géographiques prises en compte permet toutes les options : city pass (Strasbourg, Mulhouse), pass vallée ou territoire (Haute Bruche, Munster, Pays du Mont Ste Odile,...), pass hébergeur (Gîtes de France, Logis).

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 2012, plusieurs chantiers ont été prolongés ou initiés, notamment :

- **Alsace du Nord** : projet de mutualisation des structures touristiques en Alsace du Nord, avec la réalisation en 2012 d'un rapport de GPEC (Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences) et la création du Groupe de pilotage et de suivi ; rendu de l'étude scénographique pour la création d'un espace d'accueil touristique au sein du village de marques Style Outlet de Roppenheim et mise en place d'un partenariat transfrontalier pour gérer le fonctionnement de ce lieu.
- **Piémont de Saverne Alsace Bossue** : partenariat entre les sites verriers des Vosges du Nord, avec notamment la réalisation d'une étude de signalisation touristique routière portée par le Conseil Général de Moselle ; développement de l'itinérance pédestre avec le Sycoparc à travers le réseau Best Of Wandern et la réalisation de circuits emblématiques ; animation d'un Club de socioprofessionnels engagés suite à la labellisation EDEN du territoire du Parc ; création et vente de produits touristiques à l'échelle du Pays de Saverne Plaine et Plateau avec des moyens humains dédiés par conventionnement.
- **Bruche Mossig Piémont Kochersberg** : suivi de la Charte de valorisation du Massif du Mont Sainte Odile et de son volet touristique (projet de maison de site), mise en tourisme du monastère du Mont Ste Odile (partenariat avec la Mense Episcopale), accompagnement de l'aménagement du Champ du feu et valorisation de la multi-saisonnalité, développement du concept de Station Vallée et du label Famille + pour le Champ du Feu, valorisation touristique du Canal de la Bruche (sentier d'interprétation), valorisation de l'accueil au Fort de Mutzig, accompagnement technique de la stratégie touristique de Molsheim-Mutzig, valorisation touristique du Cimetière Israélite de Rosenwiller, démarche de réintégration de la locomotive Borsig à Ottrott, animation du réseau des Stations Vertes bas-rhinoises.

- **Alsace Centrale** : Poursuite de la réflexion concernant la mise en tourisme du quartier des Remparts de Châtenois, élargie du Grand Ried et de Sélestat, poursuite du groupe de travail autour du développement du cyclotourisme en Alsace Centrale, réalisation d'une étude de mise en tourisme du Centre d'Interprétation du Patrimoine d'Andlau sur son territoire, réflexion visant à créer une navette touristique dans le Vignoble alsacien.
- **Communauté Urbaine de Strasbourg** : coopération avec la CUS sur les projets de développement touristique de l'agglomération (ex : projet de labellisation Ville d'art et d'histoire, extension du périmètre UNESCO, Tournant du Rhin, etc.).

4. Les opérations spécifiques et les expérimentations

Dans le cadre de thématiques touristiques (cyclotourisme, 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.

Pour alimenter la réflexion « **Alsace à Vélo** », l'ADT a organisé trois sorties techniques associant partenaires privés et publics visant à expérimenter et analyser les tracés alsaciens des EuroVelos à l'aide de grilles d'évaluation et de vélos à assistance électrique.

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 (fiches horaires & affiches, carte « Alsace sans ma voiture » & Pdf téléchargeables). Un projet de création de navette touristique dans le vignoble est à l'étude.

L'année 2012 a également été marquée par le lancement des **géocaches touristiques**, projet mis en place en lien avec Alsace Géocaching, le RésOT Alsace et les OT locaux, permettant une approche ludique du territoire en utilisant la technologie GPS.

L'ADT a souhaité initier le projet de conception d'un **Pass Touristique** à vocation régionale, démarche mise en œuvre à l'automne 2011, qui vise à favoriser la personnalisation de l'offre, tout en privilégiant la qualité et la relation personnalisée dans le contexte d'hyper concurrence actuel.

Un Comité de Pilotage et un comité technique ont été constitués, permettant de faire évoluer le projet et de définir les pré-requis du Pass, ainsi que les choix à opérer. Les modalités, le système envisagé (outil, support...) et le modèle économique ont été affinés, de même que des rapprochements avec des opérateurs potentiels en vue d'envisager une phase d'expérimentation dès 2013 (cf. budget Editions Thématiques « Tourisme Culturel »).

Objectifs :

- rendre l'offre touristique plus lisible, plus attractive et plus économique,
- accompagner le touriste dans sa découverte,
- augmenter la consommation (fréquentation, durée, dépenses,...),
- favoriser l'effet réseau entre équipements et prestataires,
- fidéliser la clientèle,
- bénéficier d'un outil d'observation touristique.

5. Le tourisme d'affaires

L'ADT est représentée au Conseil d'Administration et au Bureau du Strasbourg Convention Bureau et participe à ses travaux à travers le comité de suivi technique qui se réunit régulièrement. 2012 a vu la concrétisation du partenariat en les 3 bureaux des congrès notamment à travers la programmation d'actions de communication collectives (brochure Meet in Alsace, salons).

Ce progrès s'inscrit dans le prolongement d'une étude commanditée par la Région Alsace et confiée au pilotage du Comité Régional du Tourisme. L'ADT n'a pas été rendue destinataire des conclusions de cette étude.

6. La signalisation touristique routière

Le programme pluriannuel 2007-2011 d'animation touristique routière (mise en place de panneaux illustrés), devrait être finalisé en 2013. Les 20 pôles touristiques structurants identifiés ont fait l'objet d'une illustration créée dans le cadre d'une prestation de service sous maîtrise d'ouvrage de l'ADT. Ils ont été valorisés par la mise en place de panneaux animés (2013 verra la mise en place des derniers panneaux).

Parallèlement, le Schéma Directeur de Signalisation Touristique Routière (datant de 1996) a fait l'objet d'une actualisation et notamment en termes de critères de hiérarchisation des sites touristiques. Cette démarche permet désormais d'afficher les possibilités de jalonnement sur le réseau routier départemental, en faveur de certains sites sélectionnés dans le Bas-Rhin.

Une dynamique complémentaire a été envisagée pour le volet autoroutier et une dimension plus locale (Signalisation d'Information Locale), afin de créer une bonne complémentarité et une homogénéité dans la valorisation touristique routière. Cette démarche devrait notamment aboutir avec la pose de panneaux sur l'autoroute A4 à l'Ouest de Strasbourg et ce en partenariat étroit avec le Conseil Général de la Moselle. Sa mise en œuvre concrète est suspendue à la mobilisation de crédits spécifiques de la part du Conseil Général.

7. Le tourisme durable

Suite au projet INTERREG RheNaTour, « Découverte douce et raisonnée d'une zone Ramsar », l'ADT du Bas-Rhin a été très active pour la pérennisation d'actions en faveur de l'écotourisme rhénan au niveau transfrontalier. En plus de la participation aux instances de l'association Rhin Vivant dont elle est le trésorier, un travail important a été réalisé pour le dépôt d'un 3^e projet INTERREG (finalement infructueux) et la répartition technique des actions (réunion des partenaires concernés le 21 juin 2012).

L'Agence s'est investie, pendant toute l'année 2012, au suivi des activités de l'Association Rhin Vivant jusqu'à la « mise en sommeil » de la structure.

L'ADT accompagne également le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord dans les actions en faveur de l'itinérance douce et dans l'animation du Club EDEN, associant les socioprofessionnels engagés suite à la labellisation du PNR.

8. 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 2012 a permis la réalisation de supports de communication au niveau transfrontalier dans le cadre du projet Interreg « Upper Rhine Valley ».

9. 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 2012 portaient notamment sur le poids économique du tourisme à l'échelle de l'Alsace et de 9 autres territoires infra-régionaux, la fréquentation des campings, les musées alsaciens, les chiffres clés du Vignoble d'Alsace... Les enquêtes de fréquentation hôtelière réalisées par l'INSEE ont été remises à plat avec l'adoption de nouveaux zonages.

1.1.1. DEVELOPPEMENT/MARKETING TERRITORIAL– Stratégie des territoires

Budget 2013 : 46.000 €

Programme prévu pour l'exercice

L'ADT du Bas-Rhin, en écho à la volonté ferme exprimée par le Conseil Général du Bas-Rhin de coller aux attentes exprimées par les territoires et de leur prêter une assistance de proximité, conserve son équipe de référents territoriaux.

Chaque référent territorial remplit une double mission avec, d'une part, l'animation de réseaux d'acteurs sur le territoire qui lui est attribué et, d'autre part, l'une ou l'autre thématique départementale, voire régionale et transfrontalière (oenotourisme, animation touristique routière et autoroutière, développement durable, tourisme de mémoire, art contemporain, coopération transnationale, etc.). Ce dispositif, mis en place en 2007, permet aux acteurs locaux du tourisme et aux collectivités de bénéficier d'une assistance et d'une expertise dédiée et réactive.

Le budget spécifique dédié à la stratégie des territoires porte sur un programme annuel de sensibilisation des acteurs touristiques locaux, d'échanges d'informations et d'expériences, complété par des enveloppes financières dédiées aux dossiers transversaux.

1. Ateliers de développement touristique : 4.500 €

Ces rencontres thématiques trimestrielles permettent aux acteurs touristiques des territoires de bénéficier d'une information fine sur un sujet précis faisant écho aux attentes exprimées au niveau local et à l'actualité de l'économie touristique. 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.

Initialement destinées aux partenaires bas-rhinois, ces rencontres sont ouvertes, depuis 2010, aux acteurs des territoires haut-rhinois qui apprécient la formule. L'ADT du Bas-Rhin assure l'organisation, la coordination et le choix des thématiques et s'attache à apporter une réelle valeur ajoutée à ces rencontres. Ponctuellement et en fonction des thèmes abordés, les ateliers sont co-organisés avec l'ADT du Haut-Rhin.

Certains sujets sont d'ores et déjà pressentis pour l'année 2013 (en accord avec les objectifs prioritaires de la Stratégie Alsace 2012-2014) et pourraient faire l'objet d'ateliers de développement touristique :

- Conférence Alsace à Vélo le 15 janvier 2013,
- Géocaching et approche ludique du territoire le 25 janvier 2013,
- Développement de la randonnée pédestre en partenariat avec les Fédérations concernées,
- Démarche d'ambassadeur, positionnement et marketing touristique,
- Les industries créatives au service de l'attractivité territoriale,
- Enjeux actuels de l'hébergement chez l'habitant,
- Mobilisation des prescripteurs (avec le CRT Alsace),
- Mise en œuvre d'un Pass' Alsace,
- Développement d'une démarche « Grands Sites d'Alsace »,
- Sens du client et du service.

Cette liste indicative sera affinée en accord avec les partenaires de l'Agence.

2. Echanges d'expériences et éductours : 1.500 €

L'accompagnement de projets de développement touristique repose sur la nécessité de découvrir d'autres sites ou activités thématiques similaires, mais aussi et surtout d'échanger sur des réalités de fonctionnement. C'est ainsi que l'ADT organise des éductours thématiques ciblés, favorisant la découverte d'équipements réalisés, d'expériences menées ou encore de procédés innovants. 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 éductours encouragent, au demeurant, le partage d'expériences entre territoires, la découverte dépassant les limites départementales et régionales. Les échanges peuvent, le cas échéant, prendre la forme de rencontres ponctuelles, notamment au sujet de projets communs. Ceux-ci facilitent, au demeurant, grandement le dialogue et la convivialité entre les acteurs alsaciens.

3. Signalisation touristique autoroutière sur l'A4 (p.m.)

La signalisation d'animation sur les autoroutes répond à des règles strictes faisant l'objet de nombreux contrôles, afin d'assurer l'entière sécurité des automobilistes. Régie par 4 principes directeurs, on peut relever notamment son but d'animer un parcours pour en rompre la monotonie et la valorisation de thèmes et graphismes homogènes. Tout projet doit être validé par la Délégation à la Sécurité et à la Circulation Routières (DSCR - Ministère de l'écologie, de l'énergie, du développement durable et de l'aménagement du territoire).

La réactualisation du Schéma Directeur de Signalisation Touristique du Bas-Rhin n'appréhendant pas la dimension autoroutière, l'Agence a suggéré au Conseil Général une mission spécifique à ce sujet, portant sur la requalification de la signalisation touristique autoroutière sur le réseau bas-rhinois. En effet, de nombreux territoires traversés par des réseaux autoroutiers structurants se mobilisent en vue de capter les flux de touristes potentiels, à l'instar de nos voisins lorrains.

C'est pourquoi, la réalisation d'une étude globale sur la traversée de l'autoroute A4 dans le Département du Bas-Rhin (entre Sarralbe et Mundolsheim - réseau SANEF), hors zone passant par le département de la Moselle, est en projet pour 2013. La réalisation des panneaux et leur mise en place fera l'objet d'un partenariat entre le Conseil Général et la SANEF.

Le lancement de cette opération, si elle devait être confirmée, devrait faire l'objet d'un financement spécifique de la part des acteurs concernés.

4. Animation touristique routière - 2^{ème} vague (p.m.)

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 20 sites balisés.

Ce programme pluriannuel, engagé en 2007 pour être finalisé fin 2012, qui a permis d'illustrer une vingtaine de pôles touristiques majeurs dans le Bas-Rhin, est voie d'achèvement (en cours de réalisation ou d'installation), sur la base de 3 à 4 implantations - dont 2 illustrées, sur routes départementales dans un rayon de 15 km du pôle.

Une seconde phase est aujourd'hui préconisée, d'autres sites bas-rhinois méritant de bénéficier de ce même balisage illustré, sur la base de critères de hiérarchisation figurant dans le Schéma Directeur de Signalisation Touristique Routière (sites et équipements bénéficiant du classement de niveau A). Une mission d'illustration sera ainsi engagée auprès d'un dessinateur-concepteur, à l'instar du premier volet de cette opération qui doit s'achever dans la seconde moitié de 2013.

A l'instar de l'opération précédente, cette action devrait faire l'objet d'un financement spécifique de la part du Conseil Général. Le cas échéant, ce programme pourrait être décalé en 2014.

Il serait sans aucun doute pertinent, notamment pour les visiteurs, d'élaborer la nouvelle programmation à l'échelle régionale.

5. Stratégie en faveur de l'Oenotourisme : 40.000 €

Les réflexions menées de 2010 à 2012 en faveur de l'oenotourisme ont fait l'objet d'un travail de synthèse aboutissant à des propositions d'actions concrètes, affirmant la volonté de réussir une collaboration durable autour d'objectifs partagés par tous. Quatre axes de développement sont identifiés : renouveler la découverte du vignoble, structurer l'offre et valoriser les professionnels, animer la Route des Vins et assurer un volet promotion – communication & presse.

Un programme d'actions pluriannuel (2012-2014) a été validé par les différentes parties prenantes, s'inscrivant dans la Stratégie Touristique Alsace. Des porteurs de projets ont été identifiés pour chaque action, l'ADT du Bas-Rhin étant notamment désignée pour l'organisation d'un Slow Up en Alsace en juin 2013 ou encore la réalisation d'une édition dédiée « Incollables ».

Plusieurs initiatives s'inscrivent évidemment dans le cadre des 60 ans de la Route des Vins en 2013. Une répartition financière de la charge sera affinée avec les partenaires en présence (notamment l'ADT68, le CRT, ou encore le CIVA) permettant la réalisation des projets.

6. Locomotive Borsig (p.m.)

L'ADT est propriétaire de la locomotive BORSIG et du wagon postal, qui ont fait les heures de gloire du petit train touristique ROSHEIM – OTTROT et qui ont transporté des voyageurs jusque dans les années 90. Ces véhicules, initialement entreposés dans les locaux techniques de la gare d'Ottrott, ont été déplacés au printemps 2007 dans les bâtiments de la CTS à Strasbourg, grâce au concours technique et financier du Conseil Général.

A l'été 2011, la CTS a exprimé sa volonté de disposer à nouveau de l'espace occupé par notre matériel, démarche confirmée au printemps 2012. En accord avec la CTS et le Conseil Général, la locomotive à vapeur et le fourgon postal ont fait l'objet d'un déplacement sur leur site, effectué en juillet 2012 et pour un montant de 8.600 € TTC (pris en charge par le Conseil Général). Cette démarche permet de préserver le matériel dans des conditions de sécurité et de préservation qualitatives, pour une durée supplémentaire de 2 ans, et dans l'attente d'un projet de valorisation destiné à l'exposer Place de la Gare à Ottrott (approche architecturale souhaitée).

L'ADT s'est déclarée prête à accompagner les collectivités territoriales concernées (Commune et Communauté de Communes) pour le montage du projet, l'initiative et le calendrier relevant de la responsabilité de ces dernières.

7. Pass' Alsace

Ce projet, destiné à inciter les visiteurs et clients potentiels à multiplier les découvertes à des tarifs préférentiels, sur la base d'un pass touristique dématérialisé, favorisera par ailleurs la structuration d'un réseau de sites et pôles touristiques alsaciens.

Suite aux différentes rencontres et réflexions des acteurs concernés et intéressés (comités de pilotage, technique, éductour), le projet s'est affiné et repose désormais sur des modalités pratiques, des outils et supports, des prestataires et partenaires potentiels. Sa viabilité se construit sur la base d'un modèle économique opérationnel et en fonction d'un intérêt bien compris par les sites identifiés comme partenaires potentiels.

L'état d'avancement du dossier permet ainsi d'envisager la préfiguration du projet, dès 2013, à titre d'expérimentation et avec un nombre limité de sites volontaires. Un partenariat étroit avec le Pass' Musées pourra servir utilement de plateforme technique et de compétences dans cette opération.

L'étape d'expérimentation s'envisage de l'été à Noël 2013 et repose sur un engagement financier à répartir entre partenaires, sur la base de :

- Un Pass sur 3 jours ou 72 heures (activation au moment de la visite du premier site),
- Un coût de 40 Euros,
- Une gratuité sur toutes entrées du réseau des sites de la phase test,
- Le support : une carte à puce RFID (avec un lecteur peu coûteux et un système de « consigne »),
- Un reversement /carte / jour / accès,
- La mutualisation d'un système déployé avec le Pass Musée (économie de développement et système unifié pour les sites relevant des 2 Pass).

Coût estimé : 46.000 €		
	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	41.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	5.000 €
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 5	ETP : 4,26

Indicateurs

	2011	2012
Nombre de réunions territoriales	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	Piémont de Saverne Alsace Bossue : 1 + 7 à l'échelle du PNR des Vosges du Nord Alsace Centrale : 2 réunions de secteurs + 12 réunions thématiques cyclo + 8 réunions structuration locale Alsace du Nord : 6 plénières d'OTSI + 2 avec les présidents d'OTSI + 2 Groupes de pilotage et de suivi BMPK : 2 réunions territoriales + 4 réunions stratégie locale + 6 réunions thématiques cyclo + 4 rencontres structuration locale
Nombre de participants aux réunions territoriales	entre 10 et 20 participants en moyenne	Entre 10 et 20 participants
Nombre de dossiers territoriaux	86 au total dont : 18 Alsace du Nord 20 Pays de Saverne 19 BMPK 23 Alsace Centrale 6 CUS	80 au total dont : 15 Alsace du nord 19 Pays de Saverne 20 BMPK 21 Alsace Centrale 5 CUS
Nombre de dossiers transversaux	20	18
Nombre d'avis formulés pour le compte du CG ou autre (dont les contrats de territoires)	21	12
Nombre d'Ateliers de Développement Touristique (ADT) organisés	5	2
Nombre de participants aux Ateliers de Développement Touristique (ADT)	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.	95 personnes mobilisées dont : - 35 pour l'atelier sur l'accueil des clientèles étrangères ; - 60 pour l'atelier oenotourisme.
Pass'Alsace	- 1 réunion du Comité technique - 1 réunion du Comité de pilotage	- 5 réunions du Comité technique - 4 réunions du Comité de pilotage - 1 éductour en Autriche - 6 réunions techniques

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

1. DEVELOPPEMENT

1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.2. Coopération touristique

A. Transnationale

Date/Durée de l'action : **2013/1 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 2012 : 7.500 €

Bilan de l'exercice écoulé

Dans le cadre de la coopération décentralisée avec la Voïvodie de Haute-Silésie, l'exercice 2012 a été marqué par un programme d'actions dense :

- participation de la délégation alsacienne au Salon Glob à Katowice,
- participation de la délégation silésienne au Salon SITV à Colmar,
- impression de la brochure « Odkryj Alzacje » à 2.000 ex., dont 1.000 ex. pour diffusion sur le Salon Glob 2012 et 1.000 ex. pour l'animation du réseau communautaire d'Ambassadeurs Alsace en 2013,
- création d'un réseau communautaire d'Ambassadeurs de la Destination Alsace d'origine polonaise 2012,
- accompagnement d'un éducteur Alsace pour Interia, Onet et Itaka en lien avec le CRT Alsace sur la partie bas-rhinoise.

Budget 2013 : 6.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Plusieurs actions, mises en œuvre par l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin, sont envisagées dans le domaine du tourisme pour l'exercice 2013 :

- la promotion touristique avec la participation au Salon GLOB de Katowice et l'accueil de la délégation silésienne au Salon SITV de Colmar,
- l'animation d'un réseau communautaire d'Ambassadeurs de la destination Alsace d'origine polonaise,
- la poursuite de l'échange d'expériences autour de la valorisation des produits du terroir (Route gastronomiques, communication et commercialisation),

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 : 1	ETP : 0,20

Indicateurs

	2011	2012
Nombre d'événementiels organisés (éducteurs, voyages de presse, participation à des salons / Nombre de participants...)	<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>	<p>Salon SITV à Colmar : 26.000 visiteurs</p> <p>Salon GLOB à Katowice : 18.000 visiteurs</p> <p>Edition « Odkryj Alzacje » : 2.000 exemplaires imprimés dont 1.000 diffusés sur le salon GLOB</p> <p>Accueil de presse - éducteur : 3 articles dans des médias nationaux (magazine féminin, blog), Programmation de la destination Alsace par un des plus importants TO polonais.</p> <p>Réseau communautaire polonais d'ambassadeurs de la destination Alsace : 50 partenaires potentiels</p>

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

1. DEVELOPPEMENT

1.1. MARKETING TERRITORIAL

1.1.2. Coopération touristique

B. Transfrontalière

Date/Durée de l'action : 2013/1 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 2012 : 10.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

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, ont été 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'avèreraient efficaces en matière de promotion sur les marchés européens et lointains.

L'Agence est, au demeurant, fortement 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.

Enfin, 2012 a vu 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-Rhein-Art », ce projet depuis la fin 2010 et a pu 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 prioritaires suggérées au titre de la Stratégie touristique Alsace 2012-2014 (vélo, art contemporain, innovations, éco-tourisme, etc.).

1.1.2. DEVELOPPEMENT – MARKETING TERRITORIAL
B. Coopération touristique transfrontalière

Budget 2013 : 5.000 €

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, un montant de 5.000 € a été prévu 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.

Le Conseil Général du Bas-Rhin est membre d'une association de collectivités territoriales européennes basée à Bruxelles : PARTENALIA. Celle-ci est chargée de représenter les territoires entre la strate locale (communes, communautés de communes) et le niveau régional (régions, provinces, voïvodies, etc.) et d'assurer une veille par rapport aux appels à projets émis par la Commission des Communautés européennes. A la demande du Conseil Général, l'ADT a répondu à deux appels d'offres portant l'un sur « Tourisme, Sports et Bien-être » et l'autre sur la « valorisation touristique du patrimoine religieux ». En échange d'expertises et de temps de travail, l'ADT pourrait percevoir des fonds européens pour peu que les projets en question soient validés courant 2013.

S'agissant du projet « Tourisme dans la région métropolitaine du Rhin Supérieur » (Upper Rhine Valley), les délais de réalisation du programme INTERREG arrêté en 2009 ont été prorogés, avec l'accord des autorités gestionnaires des fonds européens, jusque mi 2013.

Un second volet est en cours de préparation avec les 31 partenaires associés au niveau de l'espace du Rhin Supérieur pour la période 2014-2015. Pour être concret, réaliste et efficace, cette initiative se focalisera sur des thématiques précises (visites techniques et durables, art contemporain, cyclotourisme, vins et gastronomie), abordera de nouveaux marchés cibles (Brésil, Russie) et poursuivra ses efforts en matière de formation des acteurs. Pour ce nouveau volet, le Conseil Général financera directement la part revenant au Bas-Rhin, le pilotage technique et le suivi des actions étant pour, pour son compte, dévolus à l'ADT.

Coût estimé : 5.000 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	5.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 0,30

Indicateurs

	2011	2012
Interreg IV RheNaTour Comités de pilotage Réunions groupes de travail Réunions diverses	1 4 7	4 (essai du lancement d'un nouveau projet, bilan)
Interreg IVB Upper Rhine Valley Réunions comité directeur Réunions groupes de travail	2 2	2 10 (dont 6 liées au marketing + 4 relatives au vélo)
Véloroute Rhin – programme Interreg IVB Démarrage Réunions préparatoires au lancement Réunions comité directeur Réunions comité technique	 3 2	 4 6
Association Vis-à-Vis Réunions comité directeur Réunions comité technique Journée de formation	3 2 2	3 2 2

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

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 2012 : 10.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Au cours des dernières années, la magnifique ambassade de l'Alsace sur les Champs Elysées que constitue cette « Maison » à Paris a vu sa fonction de promotion de l'attractivité de la région singulièrement renforcée en jouant davantage sur les réseaux de talents alsaciens et de prescripteurs de la Destination que sur sa fonction de comptoir d'informations.

L'image de l'Alsace rayonne ainsi par les femmes et les hommes qui font le quotidien du développement, de l'innovation et de l'accueil des activités économiques.

La Maison de l'Alsace, en travaux à partir de septembre 2012 et pour environ 15 mois, mise son activité sur l'animation de ce réseau d'acteurs et sur sa capacité à le faire connaître.

La valeur ajoutée de l'ADT, au-delà de sa qualité de porteur de parts de la Société Fermière en charge de la gestion de la Maison de l'Alsace et nonobstant son accompagnement à la définition de la scénographie de la « nouvelle Maison » (après travaux), réside principalement dans l'accompagnement des opérations de communication et d'événementiel sur la capitale. Ainsi, le budget réservé pour 2012 aura été mobilisé pour l'organisation de manifestations promotionnelles et la création d'images au service de l'attractivité de l'Alsace.

Budget 2013 : pm

Programme prévu pour l'exercice

Le projet de nouvelle Maison de l'Alsace à Paris est d'importance pour tous les alsaciens (citoyen lambda fier de son territoire, chef d'entreprise, responsable associatif, talent expatrié non loin ou au loin, etc.). Il renforce le rayonnement de la région et de la destination touristique bien au-delà des limites de son territoire, sur le plan national et international.

Il évidemment nécessaire de donner à cet outil unique sur la place parisienne :

- un écrin moderne, témoignant de l'empathie de la région pour tout ce qui est contemporain et son irrésistible appétit pour tout ce qui sera demain ;
- des locaux hyper fonctionnels et adaptables, représentatifs de la propension des alsaciens à privilégier le pragmatique plutôt que le clinquant, l'utile plutôt que le futile, le qualitatif plutôt que le tout esthétique (« bling bling ») ;
- une visibilité résolument européenne à tout le moins (voire internationale) en jouant sur les langues affichées, sur les messages projetés (en utilisant les nouvelles technologies disponibles grâce à la téléphonie mobile).

Ainsi l'accueil d'opérateurs économiques, l'organisation de rencontres d'amis de l'Alsace, de prescripteurs du territoire, de sa culture, de son histoire, la mobilisation des alsaciens de Paris, mais aussi l'invitation à la découverte par les alsaciens d'Alsace pour qu'ils s'approprient leur ambassade parisienne, constitueront autant d'opportunités de prescriptions de l'outil Maison d'Alsace et de la région. En jouant sur la fierté des alsaciens de sang et de cœur, les « retours » seront à la hauteur des engagements financiers des collectivités départementales.

Les opérateurs du tourisme peuvent aisément contribuer, comme par le passé, à fournir les supports nécessaires à la promotion de la destination touristique. Les propositions formulées en son temps pour la création scénographique de l'accueil de la Maison de l'Alsace sont toujours d'actualité et ont, au demeurant, été validées par les acteurs économiques et institutionnels à l'occasion des travaux sur la Marque Alsace.

Pour 2013, l'ADT du Bas-Rhin est prête à s'engager, aux cotés de l'équipe de la Maison de l'Alsace, dans le pilotage et la production de supports nouveaux à la hauteur des enjeux du projet. Au-delà de l'accompagnement technique, les moyens prévus au titre du budget 2012 de l'ADT et non consommés seront ainsi dédiés en 2013 à la réalisation de la création de supports de communication pour la nouvelle Maison de l'Alsace.

Cette contribution participe de l'objectif prioritaire « Séduire en multipliant les prescripteurs » de la Stratégie touristique Alsace 2012-2014.

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

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

1. DEVELOPPEMENT **1.1. MARKETING TERRITORIAL**

1.1.2. Coopération touristique **D. Massif des Vosges**

Date/Durée de l'action : **2013/1 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 2012 : 12.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Permettant la mobilisation de crédits relevant de la Convention Interrégionale du Massif des Vosges (CIMV) et des fonds européens interrégionaux, les opérations s'articulent désormais autour des 5 priorités suivantes (arrêtées au titre de la stratégie touristique 2012-2014 du Massif des Vosges) :

- itinérance pédestre,
- bien-être,
- stations de moyenne montagne,
- grands sites vosgiens,
- éco-tourisme.

L'ADT du Bas-Rhin est plus particulièrement chargée du pilotage du volet « itinérance pédestre ».

La programmation des actions du Comité de Promotion du Massif des Vosges s'organise sur deux exercices « glissants ».

Pour 2011-2012, auront été réalisés : une carte d'appel hiver, trois lettres d'information, un nouveau site internet et une mission diagnostic sur le sentier GR5 - rectangle rouge, de Wissembourg à Belfort. En outre et au titre des crédits réservés pour la promotion, deux manifestations – Paris Ski et Snowboard Show à Paris et Salon International du Tourisme et des Voyages à Colmar – ont été organisées en novembre 2012.

Budget 2013 : 12.000 €

Programme prévu pour l'exercice

S'agissant de la période 2012-2013, les actions prévues en faveur de la promotion du Massif des Vosges portent sur :

- ▶ l'édition de flyers été et hiver qui présenteront des forfaits thématiques et renverront vers le site internet www.massif-des-vosges.com ;
- ▶ la réimpression de la carte panoramique intitulée « Mille envies de découverte » et intégrant des offres de séjours ;
- ▶ la diffusion de quatre lettres d'information massif des Vosges ;
- ▶ la création de six vidéos à afficher sur le site internet (1 vidéo de présentation globale et 5 vidéos illustrant les priorités de la stratégie ;
- ▶ les traductions anglaises et allemandes des mini-sites « Massif des Vosges » ;
- ▶ une campagne de promotion et de référencement du site internet ;
- ▶ une étude de positionnement par rapport à la thématique « Bien-être » ;
- ▶ la participation aux éditions 2013 du salon de la randonnée à Paris (Destination Nature) et du SITV à Colmar.

Coût estimé : 12.000 €

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

Indicateurs

	2011	2012
Nombre de brochures éditées /volumes édités en nombre total d'exemplaires (ex)	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)	Lettre d'information Massif des Vosges - 2 numéros : 5.000 ex. 2.500 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	3	6
- groupes de travail technique dans le cadre du comité de promotion		8
- groupes de travail dans le cadre de la stratégie de destination touristique Massif des Vosges	3	21

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

1. DEVELOPPEMENT

1.2. EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION

1.2.1. Editions généralistes

Date/Durée de l'action : **2013/1 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 2012 : 83.500 €

Bilan de l'exercice écoulé

Le programme a concerné les éditions généralistes énumérées ci-dessous :

- la réédition du guide « Camping Caravaning Alsace » 2012-2013 (maîtrise d'ouvrage : ADT 68) ;
- la réédition d'un guide des meublés « Clévacances Alsace » 2012 (maîtrise d'ouvrage : ADT 68) ;
- la réédition du guide « Manifestations Alsace » 2012 (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) ;
- l'impression de quatre affiches pour la mise en avant des sites et destinations.

Budget 2013 : 66.500 €

Programme prévu pour l'exercice

Le programme d'éditions est toujours 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 (prescrite par le CRT) 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'encre, 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 sur l'ensemble du territoire. Au demeurant, la création d'informations nouvelles et actualisées permet de compléter le LEI (aux côtés des Offices de Tourisme) et, par là même, les sites des organismes touristiques et des prestataires partenaires.

Le programme 2013, estimé à 220.500 € dont **66.500 €** à la charge de l'ADT, concerne 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 »,
- la création d'une carte régionale d'appel qui mettra notamment en avant les axes retenus dans la stratégie 2012-2014,
- l'impression d'affiches pour la mise en avant des sites et destinations.

	Dépenses	Recettes	Solde ADT 67
Hôtels-Restaurants 2013-2014	20.000	10.000	10.000(*)
Camping caravaning 2012-2013	12.000	6.000	6.000(*)
Hébergements collectifs	-	-	-
Meublés Clévacances 2013	18.000	12.000	6.000(*)
Manifestations 2013	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,...)	36.000	18.000	18.000(*)
Affiches	1.500	-	1.500
Total Editions généralistes	157.500	91.000	66.500

(*) dont 65.000 € imputables sur le compte commun ADT 67/68

Coût estimé : 66.500 €		
	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	66.500 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 1

Indicateurs

	2011	2012
Nombre de brochures généralistes éditées /volumes édités en nombre total d'exemplaires (ex)	<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>	<p>Interdépartementales :</p> <p>Campings 50.000 ex. papier (maîtrise d'ouvrage : ADT 68)</p> <p>Meublés Clévacances : 10.000 ex. papier (maîtrise d'ouvrage : ADT 68)</p> <p>Manifestations Alsace : 40.000 ex. + 4 pdf téléchargeables (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)</p>
Nombre d'affiches généralistes produites	<p>Création de 2 affiches :</p> <p>Saverne, tourisme fluvial Eurovélo 5 : 2.000 ex.</p> <p>Gastronomie Kougelhof : 2.000 ex.</p>	<p>Création de 4 affiches :</p> <p>Alsace à vélo : 1.000 ex.</p> <p>Tarte flambée : 1.000 ex.</p> <p>Château de l'Ortenbourg: 1.000 ex.</p> <p>Cave historique des Hospices civils de Strasbourg : 1.000 ex.</p>
Iconographie	<p>Acquisition d'un fond de photographies culinaires (ADT67)</p> <p>Réalisation de 10 clips vidéo pour mise en ligne sur le net (maîtrise d'ouvrage CRT/ADT67)</p>	<p>Réalisation de 10 clips vidéo pour mise en ligne sur le net (maîtrise d'ouvrage CRT/ADT67)</p>

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

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 : 2013/1 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 2012 : 64.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Le **programme 2012 des éditions thématiques** a porté sur :

a) Tourisme culturel :

Une attention particulière a été portée au développement de 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 opérations déjà engagées et des filières développées, plusieurs actions spécifiques ont été mises en œuvre :

- l'élaboration d'un programme de développement pluriannuel du réseau des châteaux d'Alsace avec la contribution du comité technique créé pour l'occasion, et la poursuite de la sensibilisation des élus ;
- l'organisation de la 1^{ère} journée des châteaux d'Alsace le 28 juin en collaboration avec le Réseau Rural Régional d'Alsace : invitation au voyage à travers la France et l'Europe, la matinée de témoignages a été l'occasion de découvrir diverses Routes des Châteaux et leurs spécificités en termes d'organisation et de gestion, de ressources et de promotion. Axés sur le territoire alsacien, les présentations et ateliers de l'après-midi ont permis aux participants de partager leurs expériences et de poursuivre les réflexions en cours quant à l'animation de la filière des châteaux en Alsace ;
- la collaboration au concours photo "Un château, une photo", organisé par l'association des Amis du Château d'Andlau du 06 août au 30 septembre, avec l'apport de conseil technique, l'impression de flyers et affiches par les services du Conseil Général, la mise à disposition de lots à travers 4 dîners gastronomiques et la participation au jury de sélection. Ce concours donnera lieu à une exposition itinérante et à la création d'une photothèque pour faire découvrir et valoriser les châteaux d'Alsace ;
- le soutien des ateliers participatifs "Bâtisseurs de château fort" organisés de mai à septembre par 5 associations du réseau "Châteaux Forts Vivants", s'appuyant sur les chantiers de restauration des châteaux de Freudeneck, Kagenfels, Ramstein, Salm et Schoeneck. Réalisées en partenariat avec le Conseil Général du Bas-Rhin, ces journées étaient destinées à tous ceux qui souhaitent offrir un peu de leur temps et de leur énergie, en participant à la sauvegarde et à la valorisation des châteaux forts, en découvrant les bases et enjeux des techniques de restauration ;

- l'élaboration du programme de développement d'un concept de tourisme participatif dans les châteaux forts ;
- la coopération à la journée des veilleurs organisée le 1^{er} décembre ;
- la contribution au rendu de l'enquête aux partenaires locaux sur le poids et l'impact économique du tourisme de mémoire ;
- la poursuite de la réflexion autour du projet de Pass'Alsace permettant d'aboutir à un projet partagé avec les acteurs locaux et d'initier les premiers montages financiers (cf. détail rubrique Stratégie des territoires : Opérations spécifiques et expérimentations).

Le développement de deux supports d'information, prévus en 2012, ont dû être décalés à 2013, afin de gérer au mieux le stock de documentation, de coïncider à une promotion spécifique, ou faute d'initiative locale :

- 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 ».

b) Tourisme Nature :

- création de la carte d'appel « Véloroutes d'Alsace » présentant l'ensemble des 3 EuroVéloroutes traversant l'Alsace, la Véloroute du vignoble, ainsi que d'autres itinéraires structurants d'importance ;
- réédition de la brochure d'appel et de l'encart informatif « Tourisme équestre Alsace ».

c) Arts et Traditions Populaires :

- **Manifestations annuelles** des villages de gîtes et offices de tourisme : soirées estivales « Musiques, danses et légendes d'Alsace » et veillées ou spectacles de Noël. 18 soirées estivales et 7 veillées de Noël totalisent une fréquentation stable ou en léger repli (cf. indicateurs). En 2012, de nouvelles maquettes plus dynamiques ont rénové l'ensemble des supports d'information (affiches A3 et flyers A5).
- **L'exposition « Danse avec les Costumes »** a été présentée à trois reprises, lors d'événements locaux (cf. indicateurs). L'ADT a fait une conférence en clôture de l'exposition « L'Alsace en Habits » de Bischwiller.
- La réflexion menée en septembre 2011, à l'initiative de l'Agence, sur « **Printemps et Pâques** » comme événement d'avant-saison, a conduit au lancement d'une première édition événementielle « **Eclats de Pâques en Alsace** » en 2012. Sa concrétisation, en liaison avec l'ADT 68, le CRT sur le volet Communication et le Réseau des Offices de Tourisme, a permis de dresser un premier bilan. A l'origine de cette démarche, il y a la volonté de faire émerger une période touristique liée au temps de Pâques et au printemps : compenser, en somme, la baisse d'activité d'avril-mai (par manque de clientèle d'affaire notamment) et proposer des éléments forts de séjour dans la région riche en patrimoine et en traditions à ce moment de l'année. Dès 2012, une offre diversifiée et qualifiée a pu être affichée, via le web et le magazine du CRT Alsace Tendance[s] spécial Pâques : manifestations existantes ou nouvellement créées, activités sur sites, séjours « Pâques » sous forme de forfaits hôteliers, animations pascales dans les gîtes ruraux..., le tout dans l'idée de valoriser les emblèmes régionaux - œufs, lièvre de Pâques, Lämmele... -, les traditions, l'art de vivre et les diverses expressions qui leur sont associés. Les propositions prévues dans la période du **31 mars au 23 avril 2012** ont été privilégiées. Sur un plan marketing, la cible retenue est la **clientèle familiale** (française et allemande).

La satisfaction est plutôt générale du côté des Offices de Tourisme (et certains autres organisateurs) quant à la fréquentation des manifestations. De belles ambiances de préparatifs de Pâques et des appropriations originales ont été notées çà et là. Par contre, l'événement n'a pas ou peu impacté les séjours. Seuls 4 séjours hôteliers ont vu le jour dans le Bas-Rhin. Par ailleurs, l'événement a suscité des initiatives innovantes de la part de socio-professionnels : les Chefs de Cuisine-Restaurateurs d'Alsace, les éleveurs et la Chambre d'Agriculture se sont mobilisés pour « l'agneau Pasc'Alsace », opération de développement durable conçue à partir d'une filière ovine locale, et 80 % des hébergeurs en gîtes ont signé une charte concoctée autour de l'accueil des vacanciers à Pâques. Enfin, un relais intéressant a été celui de la communication de la Ville de Strasbourg « aux couleurs de Pâques », à travers la reprise du visuel "Eclats de Pâques" dans l'affichage urbain des manifestations de Pâques strasbourgeoises.

En dynamique interne, le bon « chaînage » entre les institutionnels du tourisme, depuis le recueil des données jusqu'à leur affichage, a permis la réalisation de cet événement.

Budget 2013 : 52.500 €

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 toute la mesure du possible, ces éditions thématiques sont désormais réalisées dans le cadre du partenariat interdépartemental.

Le **programme 2013 des éditions thématiques**, estimé à 105.000 € dont **52.500 €** à la charge de l'ADT, est proposé comme suit :

a) Tourisme culturel :

Dans la continuité des actions déjà engagées et afin de mettre en œuvre les axes stratégiques identifiées dans la stratégie commune, plusieurs projets sont inscrits au programme 2013 :

■ **Réseau des châteaux en Alsace**

Depuis nombre d'années, le Conseil Général du Bas-Rhin et l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin ont mis en place une politique de valorisation des châteaux (travaux de consolidation, réseau des veilleurs, mise en tourisme).

En vue d'aboutir à une offre thématisée organisée et complète et d'avoir un effet levier en matière de développement local, un programme de développement prévisionnel pluriannuel, intégrant une coopération avec la « Burgenstrasse », principale route touristique allemande, a été élaboré. Avec la participation financière des collectivités locales et territoriales, cette opération, visant la promotion et la mise en marché du patrimoine castral, sera accompagnée d'une enveloppe budgétaire de 10.000 € de la part de l'ADT du Bas-Rhin pour 2013.

■ **Tourisme participatif « Bâtisseurs de châteaux-forts »**

Dans le cadre de la valorisation de la filière des châteaux forts et en étroite collaboration avec le Conseil Général et avec les associations bénévoles qui y œuvrent localement, des ateliers participatifs expérimentaux ont vu le jour en 2012. Fort du succès rencontré, il est prévu d'ouvrir ces ateliers aux touristes et de lancer la commercialisation de séjours spécifiques à compter de 2013 avec un budget de 3.000 €.

■ "Pass'Alsace"

Initié en 2011 et géré principalement par le service « Stratégie des Territoires », le projet vise à inciter les visiteurs et clients potentiels à multiplier les découvertes à des tarifs préférentiels, sur la base d'un pass touristique dématérialisé. L'état d'avancement du dossier permet d'envisager la préfiguration du projet dès 2013, à titre d'expérimentation et avec un nombre limité de sites volontaires (*cf. détail rubrique Stratégie des territoires : Opérations spécifiques et expérimentations*).

Compte-tenu des différents fonds dédiés inscrits par l'ADT au titre des années 2011 et 2012 (14.000 €) et de la nouvelle inscription pour 2013 (7.000 €), le budget disponible s'élèverait à 21.000 € pour 2013.

b) Tourisme Nature :

- édition de flyers sur les itinéraires emblématiques structurants, conformément aux axes de la stratégie touristique régionale,
- réédition de la brochure d'appel et de l'encart informatif « Tourisme équestre Alsace ».

c) Arts et Traditions populaires

Les actions 2013 s'inscrivent dans l'objectif 8 de la stratégie touristique qui décline les caractères emblématiques de l'Alsace, à travers ses saisons et ses traditions calendaires. De façon plus transversale, elles visent également à multiplier les partenariats et synergies avec les acteurs locaux du tourisme et ceux du folklore alsacien.

- Poursuite des programmations annuelles des villages de gîtes et offices de tourisme : soirées estivales « Musiques, danses et légendes d'Alsace » et veillées ou spectacles de Noël. Ces manifestations diffusent dans les territoires du Bas-Rhin et attirent un public en majorité touristique. Une réflexion sur l'interactivité laissée au public, la place et la nature de la musique... devrait être menée afin de renouveler le concept et l'intérêt.
- Partenariats locaux à confirmer quant au prêt de l'exposition « Danse avec les costumes », issue des reportages photographiques diligentés en 2009 par l'ADT.
- Enfin, 2013 capitalise sur la démarche Pâques, initiée par l'Agence en 2012, sur la dynamique construite et le volontariat qui a émergé. Les nouveautés 2013 devraient permettre de qualifier davantage les opérations valorisant les thèmes de Pâques et du printemps, de favoriser l'appropriation de l'offre par les hébergeurs et d'associer de nouveaux partenaires au sein de filières absentes ou encore peu engagées (filières « horticulteurs-pépiniéristes » et « Chocolat » rassemblant chocolatiers, Musée du Chocolat et Route du Chocolat).

La **période événementielle** a été fixée **du 16 mars au 14 avril 2013**, soit un mois réparti harmonieusement avant et après Pâques.

Dans ce sens, il est prévu l'édition d'un guide d'« Accueil Pâques à l'usage des Hébergeurs », boîte à outils où puiser idées, ressources et références « pascales » à destination des hôteliers et propriétaires de gîtes et chambres d'hôtes. L'idée est de faciliter l'appropriation de la thématique par les professionnels et la construction de produits autour de Pâques. L'étude réalisée en 2012 a permis de sérier les traditions pascales à exploiter et un reportage photographique (par l'Agence INFRA) de récolter de la matière iconographique.

La fin de l'année 2012 s'est concentrée sur

- la qualification de l'offre 2013, en liaison avec le RésOT (et le CRT pour le Magazine Pâques 2013)
- la conception de ce « guide d'Accueil Pâques à l'usage des Hébergeurs ».

	Dépenses	Recettes	Solde ADT 67
Tourisme culturel	62.000	42.000	20.000
Réseau châteaux en Alsace	10.000	-	10.000
Tourisme participatif « Bâtisseurs de châteaux-forts »	3.000	-	3.000
Pass'Alsace	49.000	42.000	7.000
Tourisme Nature	21.000	10.500	10.500
Flyers itinérance	16.000	8.000	8.000(*)
Equestre	5.000	2.500	2.500(*)
Arts et traditions populaires	22.000	-	22.000
ATP Animations Musiques, Danses et Légendes	17.500	-	17.500
ATP - formation	1.000	-	1.000
Printemps/Pâques	3.500	-	3.500
Total Thématiques	105.000	52.500	52.500

(*) dont 10.500 € imputables sur le compte commun ADT 67/68

Coût estimé : 52.500 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	52.500 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 3	ETP : 1,46

Indicateurs

	2011	2012
Nombre de brochures thématiques éditées /volumes édités en nombre total d'exemplaires (ex)	<p>Brochures interdépartementales</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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) - 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) - 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>Brochure Bas-Rhin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flyer concours photo « Europalsace 2011 » : 30.000 flyers A5 (dont 10.000 en anglais) 	<p>Brochures interdépartementales</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dépliant Véloroutes d'Alsace: 100.000 ex. (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) - Tourisme équestre : 5.000 ex encart pratique (maîtrise d'ouvrage : ADT68) <p>Brochure Bas-Rhin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flyer "Mes Routes d'Alsace par GPS" : 40.000 ex. français A5 - Flyer concours photo "Un château, une photo" : 30.000 ex français A5 - Affiche concours photo "Un château, une photo" : 300 ex français A3

Réseau des châteaux d'Alsace 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 	<ul style="list-style-type: none"> - 1 réunion de concertation politique - 4 Comités techniques - 1 Assemblée générale de la Burgenstrasse
1ère journée des châteaux d'Alsace RRRA	-	50 participants professionnels et acteurs locaux
Concours photo "Un château, une photo" Association des Amis du château d'Andlau	-	<ul style="list-style-type: none"> - durée : 2 mois - 1000 photos - 3000 votes - 15 gagnants
Ateliers participatifs "Châteaux forts vivants" Journée des Veilleurs	-	<ul style="list-style-type: none"> - 5 associations membres / 15 journées - 40 participants grand public - 80 veilleurs et bénévoles - 2 articles de presse
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 	<ul style="list-style-type: none"> - 4 réunions techniques pour l'organisation du rendu de l'enquête - 50 participants à la réunion de rendu
Costume revisité	Finalisation du cahier des charges	
Nombre de participants aux animations ATP	3.370 personnes aux animations estivales (16 soirées) 1.330 personnes aux animations de Noël (5 veillées + Scherwiller)	3.620 personnes aux animations estivales (18 soirées) 1.315 personnes aux animations de Noël (7 veillées et spectacle)
Evénement « Eclats de Pâques en Alsace »	<ul style="list-style-type: none"> + de 130 manifestations recensées ou suscitées dans le Bas-Rhin et le Haut-Rhin fin 2011 4 réunions de suivi 1 partenariat engagé avec le magazine En Alsace 	<ul style="list-style-type: none"> 275 événements dans le Bas-Rhin et le Haut-Rhin 5 réunions de suivi et 3 réunions techniques entre institutionnels départementaux et régional 1 partenariat avec le magazine En Alsace 1 inauguration avec démonstration culinaire au Salon International de l'Agriculture 1 reportage photographique réalisé sur la thématique par INFRA
Exposition ATP - présentation	<ul style="list-style-type: none"> 3 accrochages : - Médiathèque de Roeschwoog en avril - Week-end du 14 juillet à La Wantzenau - « Les Terres à l'Envers » en septembre 	<ul style="list-style-type: none"> 3 accrochages : - Fête de Pentecôte à Wissembourg - Exposition (15 juillet – 14 octobre) « L'Alsace en habits » à Bischwiller - Journée festive du 1er juillet à Mutzig
Exposition ATP - suivi	<ul style="list-style-type: none"> Rédaction de la convention de prêt Gestion des droits à l'image Réfection de 3 faces des cubes 	
Costume revisité et communication sur le costume	Finalisation du cahier des charges	<ul style="list-style-type: none"> Réalisation d'un power-point de présentation du costume alsacien et ses déclinaisons actuelles 1 conférence à Bischwiller
Événementiels restauration, concours culinaires, certification de service Restauration traditionnelle régionale (Comité Certipaq)	<ul style="list-style-type: none"> Implication dans la démarche Printemps Pâques Participation au Comité Certipaq 	<ul style="list-style-type: none"> Création d'une filière ovine « pascalle », en liens avec la Fédération des Chefs de Cuisine-Restaurateurs d'Alsace et la Chambre d'Agriculture du Bas-Rhin Participation au Comité Certipaq

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

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
ADT - Service Editions et Thématiques - Tél. : 03 88 15 45 93/95

Budget 2012 : 105.400 €

Bilan de l'exercice écoulé

1. Informatique

Les investissements suivants ont été réalisés en 2012 :

- achat d'écrans 22 pouces pour l'ensemble de l'équipe de l'ADT,
- achat d'un ordinateur portable,
- achat d'une tablette tactile pour le classement sur le terrain des meublés de tourisme,
- mise à jour et acquisition de logiciels de PAO,
- achat d'un serveur de stockage de fichiers de type NAS.

2. Editions numériques

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

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

Le **programme 2012 des éditions dématérialisées**, estimé à 129.600 € dont **66.800 €** à la charge de l'ADT, a porté sur :

- 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 de Haute Alsace, traduit 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.

- La réactualisation des carnets de route « Rando », « Cyclo », « VTT », « Tourisme équestre », « Tourisme fluvial », « Lignes touristiques régulières » (sous une forme dématérialisée).
- L'amélioration du module « Mes routes d'Alsace par GPS », 8 parcours à télécharger sur GPS avec le détail illustré sur smartphone, et intégrant :
 - ▶ la traduction de l'interface en anglais et allemand et la mise en ligne des versions correspondantes,
 - ▶ la création d'un kit de communication comprenant :
 - un tutoriel du module Alsace GPS,
 - un diaporama promotionnel de chaque circuit,
 - trois bandeaux Web,
 - des stickers QR-code sur support électrostatique (150 identiques avec un QR-code renvoyant vers le site générique Alsace GPS et 100 uniques liés au commentaire audio du lieu où sera collé le QR-code),
 - un flyer A5 en français édité à 40.000 exemplaires.
- La conception du trailer (bande-annonce) du projet de Serious Game « Europe Alsace » : à travers un univers innovant et ludique, l'attrait que représente l'Alsace pour les touristes européens, avec son identité cosmopolite, terre d'accueil et lieu de vie européen, où différentes cultures et communautés religieuses se côtoient depuis longtemps, a été valorisé.

En effet, l'Alsace est une région emblématique pour l'histoire de l'Europe. Depuis l'Empire de Charlemagne à la construction européenne, elle témoigne d'un statut particulier de région européenne, à la croisée de différents chemins de pensée, d'axes de migration et d'itinéraires culturels. Le caractère original du territoire, qui découle de cette singularité, constitue à la fois une motivation de visite précieuse pour l'économie de la région et une thématique difficile à aborder pour les touristes.

- Le lancement de l'appel d'offres pour la valorisation touristique des patrimoines de 1870 en Alsace du Nord, à travers la création d'un circuit de découverte numérique disponible sur plateformes iPhone et Android.
- Le lancement de l'appel d'offres pour la dématérialisation de l'abécédaire de la gastronomie alsacienne, grâce à la création d'un module de recherche à intégrer aux différents sites Internet et applications des structures du tourisme alsacien.
- L'organisation des premières "Rencontres du M-Tourisme alsacien", l'usage des technologies mobiles dans le secteur du tourisme représentant une nouvelle forme d'accès à l'information touristique :
 - ▶ présentation de nombreux projets développés en Alsace,
 - ▶ valorisation et enrichissement du centre de ressources du RésOT (accessible sous <http://mtourisme-alsace.com/rubrique/etourisme>), en vue de faciliter les échanges et de soutenir le développement d'une communauté alsacienne.

3. Internet

L'ADT du Bas-Rhin gère ou participe à l'administration de nombreux sites Internet, pour des projets multi-partenaires ou pour ses sites propres.

Actions sur 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.
- ▶ Aménagement et amélioration d'autres contenus existants (Noël, Route des Vins...).
- ▶ Début de la transition du site visant à sa suppression au bénéfice du site commun alsacien, développé en partenariat avec l'ADT 68 et le CRT Alsace. Vérification des contenus et préparation des redirections des pages du site ADT vers le nouveau site commun.

■ www.relsasace.com

- ▶ Ouverture au printemps de la nouvelle vitrine web du service Bas-Rhin Réservation, site réalisé en partie en interne. Mise en place d'une liaison entre la partie informative et la centrale de réservation.

■ 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 des ADT et du CRT. Les blogs, orientés vers les professionnels, permettent de lire les informations détaillées des brèves expédiées par e-mail.

■ www.alsace-rallyefrance.fr

- ▶ Le blog « Destination Alsace, automobile et développement durable », piloté par l'ADT du Bas-Rhin et ouvert à tous les partenaires désireux de participer à son animation, a été reconduit en 2012. Lancé en 2010, concomitamment à l'événement 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. Le blog ne sera pas reconduit en 2013.

■ www.strategie-tourisme-alsace.fr

- ▶ Ce blog, destiné à appuyer la mise en œuvre de la Stratégie touristique Alsace 2012-2014, a été mis en place par l'ADT 67, en tant que pilote du dossier, pour le compte de tous les partenaires alsaciens. Il permet à ceux qui le souhaitent de s'informer des avancées de la construction de la stratégie et d'apporter des contributions à la mise en œuvre de ses priorités.

Actions réalisées en commun avec nos partenaires

■ www.tourisme-alsace.com

Le nouveau site Internet commun, site vitrine de l'Alsace, réalisé en partenariat avec l'ADT 68, le CRT et le RésOT Alsace, a été mis en ligne en mai 2012. L'ADT 67 a été très impliquée dans ce projet : apport de contenus, administration du site, paramétrage, etc.

■ www.massif-des-vosges.com

L'ADT a également activement participé à la construction du nouveau site du Massif des Vosges, en partenariat avec les départements des Vosges, du Haut-Rhin et du Territoire de Belfort. Le nouveau site a été mis en ligne en juin 2012. Il s'appuie pour la première fois sur les LEI (base de données touristiques) des trois régions concernées pour l'affichage des informations.

■ www.alsace-cyclhotel.com

L'ADT 67, en accompagnant la vie de l'association Cycl'hotel, suit également son site internet.

■ www.destination-alsace.fr

L'ADT 67 continue de travailler avec le CRT Alsace et la société HDR Communications au développement du site de vidéos sur l'Alsace. Chaque mois, deux reportages sont mis en ligne et diffusés sur les différents canaux existants (site, applications mobiles, players externes). Le partenariat a été reconduit en 2012.

Budget 2013 : 93.500 €

Programme prévu pour l'exercice

Le poste **TIC** comprend, pour 2013, 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 la conception de contenus dématérialisés et leur valorisation multi canal.

1. Informatique (p.m.)

Un montant de **35.500 €** est proposé pour le renouvellement de matériel informatique et l'achat de licences.

a) Renouvellement du matériel (24.500 €) : remplacement des postes de travail du personnel de l'ADT dans le but d'apporter le meilleur confort de travail possible. Les garanties étant échues et le parc entamant sa cinquième année, il convient de procéder à un renouvellement. Les écrans, remplacés en 2012 ne seront pas concernés par cette opération. Est également prévu l'achat d'un serveur de stockage dédié de type NAS.

b) Licences et logiciels (9.000 €) : 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 (56.690 €)

Le **programme 2013 des éditions dématérialisées et de développement d'outils numériques**, estimé à 114.290 €, dont **56.690 €** à la charge de l'ADT, est proposé comme suit :

- 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 de Haute Alsace, 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.
- La réactualisation des carnets de route « Rando », « Cyclo », « VTT », « Tourisme équestre », « Tourisme fluvial », « Lignes touristiques régulières » (sous une forme dématérialisée).
- Après la réalisation, en 2012, d'une bande-annonce (trailer), l'année 2013 devrait voir la réalisation du jeu « sérieux » (Serious Game) de promotion de l'Alsace & de l'Europe. La complexité du projet réside dans la constitution d'une ingénierie collective et dans la mobilisation des fonds des différentes collectivités territoriales concernées. Afin d'amorcer le plan de financement, il est prévu une enveloppe d'amorce budgétaire de 20.000 €.
- En partenariat avec la Maison européenne de l'architecture du Rhin supérieur, un parcours interactif de l'architecture contemporaine sera créé sur la base des développements réalisés dans le cadre du site mobile "2000 ans d'architecture en Alsace », et pour un budget propre de 5.000 €.

	Dépenses	Recettes	Solde ADT 67
Iconographie photos	9.000	6.000	3.000 (*)
Iconographie films	48.000	32.000	16.000 (*)
Pdf traces GPS cyclo	8.000	2.000	6.000 (*)
Pdf traces GPS Rando	6.990	2.000	4.990 (*)
Pdf traces GPS VTT	1.100	-	1.100
Pdf traces GPS canaux	1.200	600	600 (*)
Serious Game Europ/Alsace	20.000	-	20.000
Parcours interactif de l'architecture contemporaine	10.000	5.000	5.000
Total Editions numériques	104.290	47.600	56.690

(*) dont 30.590 € imputables sur le compte commun ADT 67/68

3. Internet (36.810 €)

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 30.700 € est proposé pour la poursuite du projet de site Internet commun de Destination et des sites thématiques affinitaires 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.

Sont programmées en 2013, dans le cadre du projet commun, les actions suivantes :

- traduction de contenus ;
- création de contenus iconographiques et gps ;
- création d'un outil mobile pour le développement de chasses aux trésors ;
- création d'outils de mise en marché des sites existants ;
- poursuite du projet de site dédié au cyclotourisme (*) ;
- abonnements et maintenance des sites.

(*) A noter que le site internet « Alsace à vélo » est réalisé sous la maîtrise d'ouvrage de l'ADT du Bas-Rhin, avec la même clé de répartition financière que précitée. Le Conseil Général abondera l'enveloppe de crédits (hors budget 2013), afin d'offrir aux cyclotouristes une densité d'informations et de services (applications mobiles) significative avec, notamment, l'ambition de rester le 1er département cyclable de France. Ces nouveaux développements sont attendus pour le mois de juin 2013 (Fête du Vélo).

- b) Applications mobiles :** Pilotage pour le compte du Conseil Général du Bas-Rhin, qui en assure le financement de la construction des applications mobiles sur la thématique du Vélo et du cyclotourisme.
- c) Clévacances :** un montant de 4.200 € est proposé pour la déclinaison Alsace du site national clevacances.com, par le biais d'export de données du LEI (syndication du site régional clevacances-alsace.com).
- d) Autres projets Internet :** un montant de 1.910 € 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 et hébergements, la redevance pour le LEI Alsace.

4. Téléphonie (p.m.)

Un montant de 1.400 € est proposé pour la maintenance de l'installation téléphonique de l'ADT : postes et standard téléphoniques (chapitre : Achats de sous-traitance).

Coût estimé : 93.500 €		
Financeurs et montants demandés	Conseil Général	Autres
	93.500 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 5	ETP : 1,85

Indicateurs

	2011	2012
Base de données des cabinets de consultants en tourisme	Début au 4 ^e trimestre de la mise à jour de la base de données.	-
Nouvelles rubriques créées	33 nouvelles pages	5 nouvelles pages
Nombre de modifications de pages internet	234 modifications de contenus	98 modifications de contenus
Nombre de connexions à www.tourisme67.com	673 190 (+ 13.8%)	958 281 (+ 42.3 %)
Nombre d'ajout de documentation téléchargeable en ligne	206	150
Nombre de connexions à www.resalsace.com	-	12 970
Nombre de connexions à www.strategie-tourisme-alsace.fr	-	602
Nombre de fan de la page Facebook « Tourisme Bas-Rhin » au 31 décembre	1 509	2 070
Nombre de « suiveurs » du compte twitter « Tourisme Bas-Rhin » au 31 décembre	1 074	1 680
Modification de fiches LEI	89	100
Nombre de fiches/pages web produites	<p>Remise à jour de 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) 	<p>Remise à jour de 134 fiches soit 972 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) - Alsace sans ma voiture : 43 fiches/ 643 pages (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) - manifestations (4 fiches/ 48 pages) (maîtrise d'ouvrage : ADT 67) <p>L'ensemble de ces pdf ont été téléchargés 185.087 fois au cours de l'année 2012.</p> <p>Création de 1 fiche soit 9 pages :</p> <ul style="list-style-type: none"> - piste des Forts (maîtrise d'ouvrage : ADT 67)

Module "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)	<ul style="list-style-type: none"> - 1 réunion de présentation aux acteurs locaux - Organisation d'1 marche découverte à l'intention des médias avec 10 participants - 2 insertions presse / magazines - 15 articles de presse (écrite et Web) - 1 passage TV et 1 interview radio - 5 483 consultations
Site mobile 2000 ans d'architecture en Alsace	<ul style="list-style-type: none"> - 41 sites valorisés et autant de points sonorisés - 5 circuits audio - 15.000 visiteurs en 2011 	3 250 consultations
Trailer du futur Serious Game « Europe Alsace »	-	Organisation de 3 réunions du Comité technique.
Rencontres du M-Tourisme alsacien	-	15 intervenants 100 participants professionnels

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

1.3. DEVELOPPEMENT - DEMARCHES DE QUALIFICATION

1.3.1. Fleurissement et aménagement paysager

Date/Durée de l'action : 2013/1 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 2012 : 48.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Dans le département du Bas-Rhin, dont le classement en tant que Département fleuri a été renouvelé en 2011 pour une durée de 5 ans, 70 % 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 a concerné notamment :

- Le concours départemental des Maisons, Villes et Villages fleuris (organisation de la tournée du Jury Départemental, lots pour les récipiendaires du palmarès, crédit spécialement affecté aux 6 jurys d'arrondissements pour l'organisation de leurs tournées de présélection), ainsi que la subvention au Centre Départemental des Jeunes Agriculteurs (CDJA) pour la remise des prix des Fermes fleuries.
- De nouveaux diplômes communaux ont été produits à l'attention des communes qui organisent leur concours local. Ils sont gracieusement mis à disposition par l'ADT et sont renouvelés tous les 3 ans. Idem pour les diplômes d'arrondissements.
- Une conférence a été organisée à Saint-Pierre en prélude au jubilé de la manifestation « A Fleur de Pot », qui a fêté ses 30 ans le dimanche 13 mai 2012. Cette conférence s'est tenue le 3 mai 2012, sur le thème « Villes et Villages Fleuris, un label au service de la qualité de vie » et a été présentée par Mathieu BATAIS du Conseil National des Villes et Villages Fleuris.

Budget 2013 : 41.900 €

Programme prévu pour l'exercice

Ce poste comprend :

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

Le budget 2013 consacré à la campagne de fleurissement concerne :

- Les crédits habituellement réservés à l'organisation du **concours départemental des maisons, villes et villages fleuris** et à la remise des prix du **concours des fermes fleuries**.
- Un programme **de formations** adaptées aux nouveaux critères de sélection arrêtés par le Conseil National des Villes et Villages Fleuris (CNVVF), à mettre en œuvre en 2013, et aux orientations actuelles (préoccupations environnementales et sociales). Ce programme est mis en place en partenariat avec l'ADT de Haute-Alsace et le CRT.
- Les **Opérations spécifiques 2013** :
Fédérer les professionnels et les différents jurys (arrondissements) autour du nouvel « esprit du fleurissement » mis en place en 2010 et 2011 :
 - déterminer quels sont les acteurs les plus pertinents dans les territoires ;
 - définir le rôle et les actions que chacun pourrait jouer ;
 - présenter des actions susceptibles d'être menées.

A signaler : au niveau national, la majorité des Conseils Généraux a décidé d'abandonner, à court ou moyen terme, le volet « particuliers » du concours départemental du fleurissement. Pour le Bas-Rhin, cette composante est maintenue encore pour 2013.

Coût estimé : 41.900 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	41.900 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	---
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 1	ETP : 0,35

Indicateurs

	2011	2012
Nombre total de labellisés villes et villages fleuris (1 à 4 fleurs)	146	156
Nombre de réalisations visitées (pendant la tournée départementale)	78	77
Nombre de communes labellisées 4 fleurs	1	0
Nombre de communes labellisées 3 fleurs	4	4
Nombre de communes labellisées 2 fleurs	3	6
Nombre de communes labellisées 1 fleur	9	9
Nombre de formations professionnelles réalisées	0	0
Nombre de séances de sensibilisation réalisées	1	1

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

1. DEVELOPPEMENT

1.3. DEMARCHES DE QUALIFICATION

1.3.2. Démarche Qualité/Labellisation

Date/Durée de l'action : 2013/1 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 2012 : 14.500 €

Bilan de l'exercice écoulé

1. Hôtellerie-restauration

Les stratégies régionales et départementales de développement du tourisme ont prévu de consolider les entreprises touristiques en améliorant leurs compétitivités et en optimisant la qualité de l'accueil, tenant compte des attentes des clients et des tendances de consommation. Cette priorité partagée par les collectivités territoriales nécessite une modernisation des équipements d'hébergement et un enrichissement de l'offre de services.

Afin d'y répondre concrètement, voilà 6 ans que le Conseil Régional d'Alsace et les Conseils Généraux du Haut-Rhin et du Bas-Rhin ont redéfini collectivement leurs niveaux d'intervention au profit de l'hôtellerie familiale et indépendante, en harmonisant les critères d'analyse des demandes et en mettant en cohérence les règles de financement. Grâce à une politique commune et volontaire en matière de communication, les collectivités financeurs ont su dépasser les traditionnelles difficultés d'affichage pour témoigner de leur ambition collective de soutien aux chefs d'entreprises du secteur touristique.

- Après 6 années de recul, les collectivités financeurs et les deux ADT ont décidé de réaliser conjointement une **étude qualitative et juridique** sur les effets de mise en œuvre du nouveau dispositif d'aide en faveur de l'hôtellerie familiale et indépendante. Les conclusions de cette étude seront restituées aux réunions du Groupe de Travail Tourisme durant le 1^{er} semestre 2013.
- L'ADT du Bas-Rhin et l'ADT de Haute-Alsace ont participé ensemble, pour la 3^{ème} fois, au salon **EGAST** (Salon professionnel de l'équipement, de la gastronomie, de l'agro-alimentaire, des services et du tourisme) du 18 au 21 mars 2012 à Strasbourg, en revalorisant, avec le soutien des services de l'Etat, la filière hébergement de plein air. Cette manifestation a accueilli plus de 30.000 visiteurs et 350 exposants.

L'idée d'y installer un « micro-camping » au sein même du salon, avec différents partenaires locaux a permis à chacun de valoriser son métier et son savoir faire.

De la théorie à la pratique...

Suite à un appel à projet lancé par les 2 ADT, 30 élèves du Master d'Architecture de **l'Ecole Nationale Supérieure d'Architecture de Strasbourg** (ENSAS), ont travaillé, dans le cadre d'une démarche éducative, à la création de l'Habitation Légère de Loisirs de demain. Innovation, design, insolite, patrimoine alsacien, respect de l'environnement, etc. tels étaient les éléments du cahier des charges.

Le travail de chacun, sous forme de maquettes, a été exposé à EGAST, un trophée pour récompenser le projet le plus abouti y a été organisé.

- L'ADT a poursuivi l'intégralité des missions qui lui ont été confiées par le Conseil Général depuis 2011 et se rapportant à la **mise en œuvre** et au **suivi des dispositifs d'aide à l'hébergement et à la restauration**, dans le prolongement de l'accompagnement des porteurs de projets et de l'instruction technique d'ores et déjà réalisés au titre du guichet unique pour l'hôtellerie familiale.

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

1^{ère} chaîne volontaire au monde avec 2.800 adhérents, l'hôtellerie-restauration familiale labellisée « Logis » compte 72 établissements (1.512 chambres) dans le Bas-Rhin, ce qui lui confère la **1^{ère} 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 et 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, à ce titre, entre les deux partenaires et le Président de l'ADT, Bernard FISCHER, préside également l'association départementale, avec un Vice Président hôtelier (Jacky BRUCKMANN – Hôtel-Restaurant A l'Etoile à Mittelhausen).

A partir de 2012, le poste de l'animatrice est financé, pour partie, par les cotisations des Hôteliers Logis.

Les principales actions 2012 ont été les suivantes :

- ▶ animation 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 et des thématiques, aide au montage des dossiers de recours, etc. en tant que véritable trait d'union entre les hôteliers et la Fédération internationale ;
- ▶ 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 ADT (5 au total) ;
- ▶ aide à la formation, avec le concours de IFITHEL ;
- ▶ aide à la formation des hôteliers sur la mise en place d'une carte de Fidélité par la FIL dans tous les établissements Logis (sensibilisation des hôteliers aux nouveaux critères, demandes de la clientèle, respect des critères obligatoires) ;
- ▶ édition de documents pour la presse nationale et internationale, en partenariat avec la FIL ;
- ▶ participation à des réunions Logis 67/68, nationales et aux assemblées générales ;
- ▶ accueil de 2 personnes de la FIL dans le cadre de la mise en place d'une « brigade » chargée de la commercialisation des Hôtels sur le plan national ;

- ▶ organisation avec la FIL du **Congès International des Logis d'Europe** en Alsace à Kirrwiller, au mois de mars 2012 sur le projet de mandature du nouveau Président « CAP 2014 » avec comme principaux objectifs :
 - . la commercialisation,
 - . le lancement d'un programme de Fidélité au 1^{er} Janvier 2013,
 - . le plan de communication sur 3 ans,
 - . le contrat triennal.

Le congrès a généré près de **450 réservations de chambres d'hôtels sur 3 jours** avec des visites pour les accompagnants et l'aide du Conseil Général pour les déplacements. Les congressistes sont repartis très satisfaits avec un panier d'accueil personnalisé pour chacun.

2. Meublés de tourisme

a) Classement des Meublés de Tourisme

Dans le cadre de la nouvelle procédure instaurée par la loi du 22 juillet 2009 de modernisation des services touristiques et la loi warsmann, l'ADT du Bas-Rhin a poursuivi la mission de classement des meublés de tourisme.

En tant que membre du comité de pilotage et du comité technique du GLAM (logiciel mutualisé de gestion des meublés), elle a participé aux travaux de mise à jour du logiciel avant déploiement national lié aux changements instaurés par la loi WARSMANN.

L'ADT 67 a ainsi :

- géré et instruit les demandes de classement (visites, instruction des dossiers, établissement des documents réglementaires) ;
- participé au coût de fonctionnement de l'outil Rn2D de gestion mutualisé des meublés ;
- réalisé des tests du logiciel GLAM.

Elle a également participé à des réunions d'information organisées par les Offices de Tourisme locaux.

b) Clévacances

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

L'ADT 67 a assuré, dans le cadre de la gestion et de la promotion du label, des services rendus pour les loueurs :

- 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, adhérents ou porteurs de projets, dans le cadre de pré-visites ;
- l'organisation de la réunion annuelle des propriétaires d'hébergements labellisés Clévacances au musée Würth à Erstein ;
- la gestion des réclamations ;
- la réalisation, l'édition et la diffusion de la brochure interdépartementale éditée à 10.000 ex. ;
- la mise à jour des données sur le LEI et sur le site national clevacances.com.

Le partenariat avec le Relais Départemental du Tourisme Rural s'est poursuivi avec l'organisation des réunions d'informations mensuelles, à destination des porteurs de projets (10 dates).

L'ADT a participé aux journées techniques Clévacances à Dinan.

En partenariat avec Clévacances 68, elle a fait réaliser un reportage photographique dans 10 hébergements subventionnés et labellisés Clévacances (5 dans chaque département).

Dans le cadre de la stratégie 2012-2014, l'ADT 67 a participé à deux projets, à savoir :

- au développement et à la promotion concertée des labels Gîtes de France et Clévacances en Alsace ;
- aux groupes de travail sur la mise en place de la table ronde qualité à Sélestat.

c) 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 du Bas-Rhin, en lien avec le Service du Développement Economique et Touristique du Département qui a assuré, jusqu'au 31 décembre 2010, leur instruction administrative et financière.

Depuis la mise en place de ce dispositif, ce service a reçu 242 demandes de subventions au 31 décembre 2012. Après envoi des dossiers complets par les propriétaires, ces demandes sont, dans un premier temps, présentées au Bureau de l'ADT, puis en Commission Permanente du Conseil Général.

Le montant alloué à ce titre par le Conseil Général s'élève à 257.431 € pour 2012.

3. Label Tourisme et Handicaps

Tout au long de l'année 2012, l'ADT 67 a poursuivi, avec une égale constance, sa mission de labellisation Tourisme et Handicaps. Le nombre de sites labellisés varie peu en 2012, d'une part, du fait qu'une quinzaine d'établissements, toutes catégories confondues, ont été soumis à contrôle après cinq ans d'obtention dudit label et, d'autre part, suite à un recadrage, par l'Association Tourisme et Handicaps, des critères d'obtention - plus en phase avec la loi sur l'accessibilité, applicable dès 2015.

Depuis janvier 2012, un établissement ne peut être labellisé qu'à la condition d'obtenir au moins deux labels sur les quatre pris en considération. Cet état de fait a pu pénaliser quelques établissements ne pouvant prétendre à plus d'un label. Par ailleurs, de nombreuses zones d'ombre dans les lois ou applications non finalisées par un décret ont engendré un accroissement de demandes d'éclaircissement de la part des gestionnaires de sites touristiques.

Budget 2013 : 6.700 €

Programme prévu pour l'exercice

1. 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, innover et trouver de nouveaux partenariats pour conserver une position solide et enviée parmi les destinations touristiques (être en adéquation avec la « promesse »). 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, sont les indispensables ingrédients pour inciter le client à revenir et à se faire l'ambassadeur de sa propre « aventure » en Alsace !

L'adaptation des équipements, notamment en matière d'hébergement, et des services nécessite des investissements plus ou moins lourds et, souvent, des compétences nouvelles.

L'ADT poursuit, en 2013, son action de soutien 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.

En plus de l'animation de ce « guichet », l'Agence apporte son soutien au travers de :

- ▶ l'accompagnement des porteurs de projets dans le domaine de l'hôtellerie, de l'hôtellerie de plein-air et de la restauration ;
- ▶ l'organisation d'une université de printemps liée à l'hôtellerie de plein-air ;
- ▶ l'accompagnement des hôteliers aux nouvelles réglementations pour les Etablissements Recevant du Public (ERP) ;
- ▶ 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 ;
- ▶ l'intervention d'intervenants spécialisés 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.

Hôtels-Restaurants « Logis » dans le Bas-Rhin

L'hôtellerie-restauration familiale labellisée « Logis » compte 71 établissements (1.620 chambres) dans le Bas-Rhin, ce qui lui confère la 1ère position au niveau national.

Le budget promotion-communication propre à l'association se compose des cotisations annuelles des adhérents.

Au-delà des missions déjà décrites pour 2012 et prolongée pour les mois à venir, les principales actions pour 2013 sont les suivantes :

- une formation sur la mise en place d'un programme de fidélité pour les adhérents pour 2013 ;
- le développement de la thématique Logis « vélo » avec la qualification correspondante ;
- le recrutement d'établissements dans le cadre du lancement de la thématique « Moto » ;
- la politique de recrutement en vue du développement du Parc Logis ;
- la participation à des salons et des événementiels ;
- l'aide au reclassement d'un tiers des établissements avec la mise en place de la nouvelle grille 2013/2015 (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 ;
- des opérations ponctuelles.

Pour 2013, une partie du financement de l'animateur des Logis est prélevée sur les fonds de l'association éponyme.

2. Meublés

■ Classement des Meublés de Tourisme (1.500 €)

L'ADT 67, organisme évaluateur pour le classement des meublés de tourisme depuis 2010, poursuit cette mission.

De nouveaux éléments de procédure, instaurés par Loi N°2012-387 du 22 mars 2012 relative à la simplification du droit et à l'allègement des démarches administratives, dite loi WARSMANN, touchent directement l'ADT par transfert, sans concertation et sans moyens alloués, des responsabilités assumées jusqu'alors par Atout France, par les services de la Préfecture de département et par la DIRECCTE.

Ainsi, l'ADT dispose d'une autonomie dans la gestion des classements et est missionnée de fait pour :

- la délivrance directe des classements aux loueurs,
- l'établissement de la liste de tous les hébergements classés sur le département, par tous les organismes habilités à le faire (privés ou associatifs). Sans cette transmission, la liste des hébergements classés n'aurait plus été disponible de façon globale.

La ligne budgétaire prend en compte le coût de fonctionnement de l'outil Rn2D de gestion mutualisé des dossiers, les autres dépenses, évaluées à 14.500 €, sont imputés sur d'autres chapitres budgétaires et correspondent :

- aux visites des meublés (frais de déplacement) ;
- à l'instruction des dossiers (temps de travail, documents émis, envois...) ;
- aux réunions d'informations auxquelles participe l'ADT 67 ;
- à la participation active au comité technique du logiciel mutualisé GLAM et des autres logiciels en cours de réflexion.

En regard de ces dépenses, des recettes sont encaissées au titre de la prestation « visites des meublés ». Le montant des prestations est arrêté annuellement par l'Assemblée Générale de l'ADT.

▪ **Clévacances (5.000 €)**

Cette ligne budgétaire Clévacances prend en compte :

- ▶ les adhésions des loueurs au partenariat MAPPY,
- ▶ des projets de développement des thématiques,
- ▶ la numérisation des grilles de contrôle.

S'y ajoutent des dépenses imputées sur d'autres chapitres budgétaires, évaluées à 21.500 €, relatives :

- à la cotisation nationale versée à la Fédération en fonction du nombre d'hébergements labellisés (part fixe et part variable),
- à l'achat de documents types et objets promotionnels revendus aux loueurs, selon les nouveautés,
- à l'achat du magazine « Infoclés » envoyés aux loueurs par la Fédération et aux partenaires (OTSI) par l'ADT67,
- à l'édition d'un document promotionnel régional, en partenariat avec Clévacances 68,
- aux traductions des fiches sur le site national,
- aux extractions et exports de données (dont planning), du LEI vers le site national clevacances.com,
- à la syndication du site régional,
- à la promotion mutualisée des labels Gîtes de France et Clévacances,
- à l'édition de la brochure régionale Clévacances,
- aux rencontres avec les loueurs : rencontres semestrielles des loueurs Clévacances, à la réunion d'information commune avec Gîtes de France aux porteurs de projets (10 par an), à un éductour,
- à la participation aux journées techniques nationales Clévacances.

En regard de ces dépenses, des recettes sont encaissées au titre des cotisations des loueurs, du droit d'entrée, des visites de labellisation, de l'achat de documents types, des inscriptions MAPPY, de l'inscription à l'éductour.

c) Tourisme & Handicap (200 €)

L'ADT du Bas-Rhin est également référente 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 davantage préoccupés 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 poursuivent 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 : 6.700 €		
	Conseil Général	Autres
Financiers et montants demandés	200 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	Propriétaires de meublés « Clévacances » : 6.500 €
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 5	ETP : 3,91

Indicateurs

	2011	2012
Nombre de demandes de subventions (tous hébergements confondus + restauration)	46 + 39 Restaurants : 20 Campings : 6 Hôtels-restaurants : 20 Meublés : 41 Chambre d'hôtes : 28	44+ 51 Restaurants : 15 Campings : 6 Hôtels-restaurants : 23 Meublés : 50 Chambre d'hôtes : 30
Nombre de dossiers de demande de subvention instruits	<p style="text-align: center;">69 dont :</p> <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 € 	<p style="text-align: center;">47 + 35 dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> . 29 dossiers « hôtellerie » représentant un volume de subventions du CG 67 de 2.377.183,75 € . 13 dossiers « restauration » représentant un volume de subventions du CG 67 de 137.497 € . 5 dossiers « camping » représentant un volume de subventions du CG 40.421 € . 35 dossiers instruits représentant un volume de subvention du CG de 257 431,- €
Nombre de Groupes de Travail Tourisme (GTT) entre les trois collectivités	3	3
Nombre de tournées	1	1 tournée meublés/chambres d'hôtes
Nombre d'animations ou d'actions effectuées à l'intention des professionnels de l'hôtellerie	<p style="text-align: center;">5</p> <p>Suivi et animation de l'étude régionale sur le développement qualitatif de l'hôtellerie de plein air.</p> <p>Mise en place d'une convention de collaboration entre l'ADT et le CEP CICAT</p> <p>Pilotage de la présence des 2 ADT au salon EGAST</p> <p>Enquête auprès des hôteliers sur le nouveau classement.</p> <p>Adaptation des critères d'aide concernant le dispositif d'aide en faveur de l'hôtellerie</p>	40 40 Chroniques quotidiennes sur les ondes de France Bleu Alsace et France Bleu Elsass
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 (20 participants)	1 Nomination au trophée de l'accessibilité
Etudes réalisées		1 Etude et analyse juridiques du dispositif en faveur de l'hôtellerie familiale et indépendante

	2011	2012
Logis (de France) du Bas-Rhin		
Nombre d'établissements labellisés	77	72
Nombre d'admissions	0 (5 demandes en cours)	2 (5 demandes en cours)
Nombre de démissions ou radiations	4 (dont 2 radiations pour non respect de la grille de classement)	2 (dont 1 radiation pour non respect de la grille de classement et 1 radiation pour non paiement de cotisations)
Nombre d'établissements reclassés	24 (2 ^{ème} tiers) 14 (sans changement) 10 (ont gagné 1 cheminée ou 1 cocotte)	Pas de reclassement global de la FIL 1 reclassement en « Logis d'Exception » 1 reclassement en 3 cheminées 1 reclassement en 2 cheminées
Clévacances et classement		
Nombre de dossiers traités	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)	135 visites de meublés (dont 100 pour le classement, 9 pour le label et 26 pour les deux) 7 visites de chambres d'hôtes 17 pré-visites (conseil, pour 16 meublés et 1 chambre)
Nombre d'équipements labellisés	103 hébergements labellisés au total dont 80 meublés et 23 chambres En 2011 : 34 nouveaux meublés, 15 renouvellements 2 nouvelles chambres, 7 renouvellements	120 hébergements labellisés au total dont 98 meublés et 22 chambres En 2012 : 22 nouveaux meublés, 12 renouvellements 5 nouvelles chambres, 2 renouvellements
Nombre d'équipements classés nouvelles normes par arrêté de 2012	161 meublés Dont 107 avant l'audit et 54 après l'audit	135 meublés classés nouvelles normes dont 84 classé par l'ADT67
Tourisme & Handicap (T & H)		
Nombre de visites d'évaluation préalables à la labellisation	23 Dont 6 visites de contrôle après 5 ans	21 Dont 12 revisites
Nombre d'établissements labellisés T & H	115	115

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

2. PROMOTION-PROSPECTION

Actions et Club Promotion

Date/Durée de l'action : 2013/1 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 2012 : 158.650 €

Bilan de l'exercice écoulé

1. Opérations de promotion

En 2012, l'ADT du Bas-Rhin a participé à 27 manifestations en collaboration avec des partenaires institutionnels ou privés. L'Agence a organisé l'accueil en éductours de tour-opérateurs, autocaristes, agences de voyages et associations, ainsi que des démarchages auprès d'agences réceptives et d'autocaristes. Par ailleurs, l'Agence a pris part à une conférence de presse à Barcelone dans le cadre de l'ouverture de la ligne Vueling Barcelone-Strasbourg.

Eductours

- ▶ Allemagne : du 05 au 06/02/12. Post-tour organisé dans le cadre du congrès du V.P.R. à Strasbourg (Internationaler Verband der Paket- und Reiseveranstalter = grossistes) en collaboration avec le C.R.T. Accueil de 44 autocaristes d'Allemagne et de Suisse. Programme : Strasbourg, Royal Palace Kirrwiller, La Petite Pierre, Musée Lalique, Soufflenheim.
- ▶ Multi-marchés - Cyclotourisme : du 22 au 25/03/12. Pré-tour au workshop Rendez-Vous en France à Paris organisé en collaboration avec l'association Cyclhôtel. Participants : 11 tour-opérateurs en provenance des Etats-Unis (3), d'Allemagne (1), de Finlande (1), du Danemark (1), de Norvège (1), de République Tchèque (2) et de Lettonie (2). Programme de visites : Strasbourg, Lucien Doriath à Soultz-les-Bains, Molsheim, Rosheim, Obernai, Musée du Pain d'Épices à Gertwiller, Andlau, Kintzheim, Riquewihr, Kaysersberg, Colmar, Bibliothèque Humaniste à Sélestat, abbatale d'Ebersmunster, Sand.
- ▶ Pologne : du 07 au 10/05/12. Accueil des représentants des 3 plus importants portails Internet et de l'agence de voyages en ligne n°1 du marché polonais, en collaboration avec le C.R.T. Programme de visites : Strasbourg (visite de ville à pied et en bateau, musées), Mulhouse (visite de ville et Cité de l'Automobile), Colmar (visite en bateau et Musée Unterlinden), Kaysersberg, Riquewihr, Haut-Koenigsbourg, visite de cave et dégustation au Domaine des Marronniers à Andlau, Four à Chaux à Lembach, Hunspach, basilique Notre-Dame à Mariantal.

- ▶ Royaume-Uni : du 04 au 08/06/12. Accueil de 18 britanniques – un tour-opérateur, un journaliste et 16 responsables d'associations -, en collaboration avec le C.R.T. Programme de visites : Cité de l'Automobile, Maison du Fromage de la Vallée de Munster, Strasbourg, Mémorial d'Alsace-Moselle à Schirmeck, Saverne, La Petite Pierre, Musée Lalique, CIAV à Meisenthal, Obernai, Andlau, Haut-Koenigsbourg, Sélestat (ville, Maison du Pain et Bibliothèque Humaniste), Kaysersberg, Musée Unterlinden et Écomusée.
- ▶ Canada : les 30 et 31/08/12. Accueil du tour-opérateur Vacances Transat accompagné d'un de ses V.I.P., industriel québécois spécialisé en matériel de construction, en vue de l'organisation en février 2013 à Strasbourg d'un séjour de 6 nuits pour 80 personnes, combinant séminaire et tourisme de loisirs. Programme de visites : Strasbourg, hôtels haut de gamme et restaurants gastronomiques, Route des Vins.
- ▶ Japon : le 05/09/12. Accueil de 39 japonais - chefs d'entreprises, artistes et artisans -, participant en qualité d'hôte d'honneur à la Foire Européenne à Strasbourg. Programme de visites : Mont Sainte-Odile, visite de cave et dégustation au Domaine Klipfel à Barr, Obernai – accueil par le Maire à l'Hôtel de Ville, visite d'Obernai et spectacle japonais sur la Place du Marché -, Strasbourg.
- ▶ Espagne : du 28 au 30/09/12. Accueil de 9 tour-opérateurs catalans dans le cadre de l'ouverture de la ligne aérienne Vueling Strasbourg-Barcelone, en collaboration avec Vueling et le C.R.T. Programme de visites : Strasbourg (visite guidée, hôtels et CIARUS), Mont Sainte-Odile, Cave Schaeffer-Woerly à Dambach-la-Ville, Scherwiller, Haut-Koenigsbourg, Europa-Park, Cité de l'Automobile, Écomusée, Colmar et Musée Unterlinden, Obernai.
- ▶ Allemagne : du 27 au 29/10/12. Accueil dans le cadre du Marathon de Strasbourg du tour-opérateur Ameropa (Deutsche Bahn) et de personnes de son réseau de ventes au nombre de 19, en collaboration avec le C.R.T. Programme : Marathon de Strasbourg, Musée Ungerer et visite de l'entreprise Labonal à Dambach-la-Ville.
- ▶ Autriche : du 13 au 15/10/12. Accueil de 5 importants tour-opérateurs autrichiens dans le cadre de l'ouverture de la ligne Air France Strasbourg-Vienne, en collaboration avec le C.R.T. et Air France. Programme de visites : Strasbourg, Royal Palace Kirrwiller, Lucien Doriath à Sultz-les-Bains (visite d'entreprise et cours de préparation de foie gras), Fort de Mutzig, Cave du Roi Dagobert à Traenheim, Marlenheim, Musée Lalique, Wissembourg, Cave de Cleebourg.
- ▶ Allemagne : les 17 et 18/11/12. Accueil de 13 tour-opérateurs, autocaristes et agences de voyages en provenance de toute l'Allemagne dans le cadre du Club « Patrimoine et Cultures » d'Atout France, en collaboration avec le C.R.T. Programme de visites : Wissembourg, Seebach, Hunspach, Elsasshausen, Château du Lichtenberg, Musée Lalique, Haut-Koenigsbourg et Cité de l'Automobile.
- ▶ Allemagne : les 17 et 18/11/12. Accueil de 18 professeurs de collèges et lycées en provenance de toute l'Allemagne dans le cadre du Club « Tourisme des Jeunes » d'Atout France, en collaboration avec le C.R.T. Programme de visites : Four à Chaux et Château du Fleckenstein à Lembach, Musée Lalique, Strasbourg, le Vaisseau.

Démarchages

- **Réceptifs France à Paris** : du 25 au 27/09/12. Rendez-vous pris chez 9 agences de voyages spécialisées dans le réceptif France d'individuels et de groupes, de loisirs et d'affaires, en provenance d'Europe et de destinations lointaines. Présentation de la région et de ses nouveautés (hôtels, sites, manifestations, ...) à raison de 2 à 15 personnes par rendez-vous (selon la taille de l'agence), suivie de questions-réponses.
- **Autocaristes belges flamands** : du 11 au 13/12/12. Rendez-vous pris chez 12 autocaristes pour leur présenter la région, ses nouveautés, en vue de générer de nouvelles programmations de voyages pour groupes de leur part.

Conférence de presse « Ouverture de la ligne aérienne Vueling Barcelone-Strasbourg » : organisée le 21/03/12 à la Fàbrica Moritz à Barcelone par le C.R.T., en collaboration avec la représentation d'Atout France Espagne et Vueling, l'A.D.T. y a pris part aux côtés des représentants de l'aéroport de Strasbourg-Entzheim, de l'Office de Tourisme de Strasbourg et sa Région, de Strasbourg Événements et de l'Union Internationale des Alsaciens à Barcelone. Une dizaine de journalistes espagnols ont pris part à la présentation de la région ainsi qu'au déjeuner de presse qui a suivi. La représentante de l'ADT a été interviewée pendant 7 minutes par Catalunya Ràdio, la radio nationale de Catalogne.

Marché français

Salons grand public

Festivitas – Mulhouse (03-05/02/2012) - nombre de visiteurs : 13 500.

Salon International de l'Agriculture - Paris (25/02- 04/03/2012) - nombre de visiteurs : 681 210 (présence en partie assurée par le Relais Départemental du Tourisme Rural).

Mahana – Lyon (02-04/03/2012) – nombre de visiteurs : 27 130.

Running Expo - Paris (15/04/2012) - nombre de visiteurs : 65 000 (représentation à travers l'association du Marathon du Vignoble d'Alsace)

Equita - Lyon (31/10-04/11/2012) - nombre de visiteurs : 114 000 (représentation à travers le Comité Régional de Tourisme Equestre)

Paris Ski et Snowboard Show (02-04/11/2012) – Participation à la 1^{ère} édition de ce salon sous une enseigne Massif des Vosges.

S.I.T.V. - Colmar (09-11/11/2012) - nombre de visiteurs : 27 000. Les ADT ont invité les Offices de Tourisme participants à mettre en avant des produits touristiques.

Un espace Massif des Vosges a également été mis en place rassemblant partenaires publics et privés.

Événementiel

L'Alsace à Marseille – Place du Général de Gaulle (10-14/10/2012).

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.

Salon professionnel

Repérage : MAP PRO - Paris (18 et 19/10/2012) - nombre de visiteurs : 4 288. Repérage peu probant.

Marché allemand

Salons grand public

ReiseMarkt Rhein-Neckar-Pfalz - Mannheim (06-08/01/2012) - nombre de visiteurs : 13 500.

C.M.T.-Stuttgart (14- 22/01/2012) - nombre de visiteurs : 225 000.

Plaza Culinaria-Freiburg im Breisgau (08-11/11/2012) - nombre de visiteurs : plus de 35 000.

Manifestation dédiée aux arts culinaires et de la table. 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.

Événementiel

Elsasstag – Europa-Park Rust (09/09/2012).

Journée de l'Alsace, présence des ADT et d'artisans alsaciens.

Stuttgart Nacht (20/10/2012) – nombre de visiteurs : 15 000.

Présence des ADT en parallèle à des démonstrations culinaires des Etoiles d'Alsace et de nombreuses animations.

L'Alsace à Stuttgart - annulé.

Workshop et salon professionnels

Workshop Alsace VPR - Strasbourg (02/02/2012)

I.T.B.-Berlin (07-11/03/2012) - nombre de visiteurs : 172 000 visiteurs dont 113 000 professionnels.

R.D.A. Workshop - Cologne (17-19/07/2012) - nombre de visiteurs : 2 895 acheteurs.

Marché belge

Salon grand public

Salon des Vacances – Bruxelles (02-06/02/2012) - nombre de visiteurs : 101 300.

Workshop

Travel - Bruxelles (20/10/2012) - nombre de visiteurs : 400.

Marché italien

Workshop professionnel

Roadshow Francia - Rome, Milan et Turin (22-24/05/2012) - nombre de visiteurs : plus de 300 (organisateurs de voyages, presse et comités d'entreprises)

Marché néerlandais

Salon grand public et professionnel

Vakantiebeurs – Utrecht (10-15/01/2012) - nombre de visiteurs : 126 500.

Workshop professionnel

Workshop Alsace - Amsterdam (15/05/2012) - nombre de visiteurs : 17 journalistes 25 organisateurs de voyages.

Marché britannique

Workshop et salon professionnels

Workshop France - Londres (01/06/2012).

World Travel Market - Londres (05-08/11/2012) - nombre de visiteurs : 28 000 organisateurs de voyages et journalistes.

Marché israélien

Workshop

Workshop France - Tel Aviv (25/10/2012).

Marché polonais

Salon grand public

Glob - Katowice (30/03-01/04/2012) – nombre de visiteurs : 20 000. Opération menée dans le cadre de la coopération avec la Haute-Silésie.

Multi-Marchés

Workshops

Rendez-Vous France - Paris (27-28/03/2012) - nombre de visiteurs : 700 tour-opérateurs et agents de voyages.

French Rendez-Vous – Vienne (14 et 15/05/2012) marchés représentés Autriche, République Tchèque, Hongrie, Roumanie, Slovaquie et Slovénie - nombre de visiteurs 130.

Destination Vignobles - Tours (09-10/10/2012) - nombre de visiteurs : 150 tour-opérateurs et agents de voyages.

Budget 2013 : 153.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Le programme d'actions de l'ADT du Bas-Rhin en 2013 a été élaboré en concertation avec Haute-Alsace Tourisme et le CRT Alsace. Compte tenu des délais d'inscription aux manifestations (réservation en juillet 2012 pour le 1^{er} trimestre 2013 notamment), ce projet de programme a été défini en juillet 2012 sur la base des orientations de stratégie marketing définies pour la période 2012-2014 et des attentes des acteurs locaux du tourisme, institutionnels et privés.

La thématique prioritaire retenue pour 2013 est l'œnotourisme avec, comme événement phare, le 60^{ème} anniversaire de la Route des Vins d'Alsace.

La liste et le contenu des opérations de promotion ont été transmis aux Offices de Tourisme et autres partenaires touristiques régionaux.

Le budget prévisionnel de **153.000 €** pour 2013 prend ainsi en compte les actions qui suivent :

1. L'ADT du Bas-Rhin, en partenariat étroit avec l'ADT de Haute Alsace, devrait ainsi représenter la destination Alsace dans le cadre de **manifestations à vocation "grand public" sur les marchés prioritaires** et de proximité, auxquels s'associent en général des structures institutionnelles (OT, OTI, groupements touristiques) et privées (hôtels, restaurants, sites, etc.) :

France

- Mahana à Lyon – février 2013
- Salon International de l'Agriculture à Paris – février/mars 2013 - aux côtés de la Chambre Régionale d'Agriculture et des prestataires de l'agro-alimentaire

Allemagne

- CMT à Stuttgart – janvier 2013
- Plaza Culinaria à Freiburg im Breisgau – novembre 2013 (sous réserve de confirmation)

Benelux

- Vakanz à Luxembourg – janvier 2013
- Vakantiebeurs à Utrecht – janvier 2013
- Salon des Vacances à Bruxelles – février 2013

Pologne

- Glob Katowice - mars 2013 (opération menée dans le cadre de la coopération avec la Haute-Silésie)

Massif des Vosges

- Destinations Nature à Paris – avril 2013 - action programmée au titre du Comité de Promotion du Massif des Vosges.

2. Renforcement des actions auprès des organisateurs de voyages

a. Rencontres professionnelles (workshops) et salons en collaboration avec Atout France et le CRT Alsace

Les contacts pris, transmis aux adhérents du Club Promotion Alsace, leur permettent de répondre aux demandes, de nouer et d'entretenir des relations commerciales.

Allemagne

- Workshop Alsace Ameropa – janvier 2013 (CRT)
- ITB à Berlin – mars 2013
- RDA Workshop à Cologne – juillet 2013
- Workshop Alsace à Berlin et Munich – octobre 2013 (CRT – à confirmer)

Benelux

- Vakantiebeurs à Utrecht – janvier 2013
- Workshop France à Amsterdam – mai 2013
- Travel à Bruxelles – octobre 2013

Italie

- Roadshow Francia à Turin, Milan, Rome et Naples – avril 2013

Grande-Bretagne

- World Travel Market à Londres – novembre 2013

Autriche

- Workshop Alsace à Vienne – septembre 2013 (CRT – à confirmer)

Israël

- Workshop France – 2013

Multi-marchés

- Rendez-Vous France à Toulouse – mars 2013 (rencontre avec des tour-opérateurs à l'échelle mondiale, en collaboration étroite avec le CRT).
- French Rendez-Vous à Vienne – mai 2013 (rencontre avec des tour-opérateurs des marchés suivants : Autriche, Allemagne, Roumanie, République Tchèque, Hongrie, Slovaquie et Suisse).
- Addicted to France – septembre 2013 (rencontre avec des tour-opérateurs des marchés Scandinaves et des Etats Baltes, en collaboration étroite avec le CRT).
- Workshop France Méditerranée à Cannes – octobre 2013 (rencontre avec des tour-opérateurs du pourtour méditerranéen).

b. Eductours et démarchages

Accueil en Alsace d'organiseurs de voyages, sous forme d'eductours, permettant de leur présenter les atouts de la région, ses nouveautés et d'améliorer leur connaissance du terrain, tout en tenant compte 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.

c. Site Internet dédié

L'ADT du Bas-Rhin, en concertation étroite avec l'ADT de Haute Alsace et en associant le CRT, a lancé, fin 2012, une consultation pour la réalisation d'un site Alsace dédié aux organisateurs de voyages. Ce projet doit notamment s'appuyer sur une dématérialisation et une mise en ligne des contenus du Guide Pratique à l'Usage des Organisateur de Voyages (GPUOV).

3. L'accompagnement financier d'éventuelles démarches collectives thématiques privées telles que :

- le Marathon Expo à Paris – avril 2013
- Equita à Lyon – octobre 2013 - soutien au Comité Régional de Tourisme Equestre (CRTE)
- Parcs et Jardins.

4. E-newsletters à destination d'organisateur de voyages et du grand public

- Poursuite des e-newsletters « pro » (B to B) en français, allemand et anglais réalisées en collaboration avec le CRT et Haute-Alsace Tourisme. Celles-ci sont adressées à un fichier de contacts qualifiés (sans cesse en progression).
- E-newsletter grand public en partenariat avec les représentations d'Atout France dans le monde et à partir de leurs fichiers qualifiés.

Calendrier des opérations 2013

Du	Au	Manifestations	Ville	Marché	Type	Gestion
9-janv.	13-janv.	Vakantiebeurs	Utrecht	NL	Mixte	ADT 67 & 68
12-janv.	20-janv.	CMT	Stuttgart	DE	GP	ADT 67 & 68
18-janv.	20-janv.	Vakanz	Luxembourg	LU	GP	ADT 67 & 68
31-janv.	4-févr.	Salon des Vacances	Bruxelles	BE	GP	ADT 67 & 68
fév.	fév.	Workshop Réceptifs France	Paris	FR	PRO	CRTA
1-févr.	3-févr.	Festivitas	Mulhouse	FR	GP	ADT 68
4-févr.	17-févr.	Championnats du Monde de Ski	Schladming	AT	GP	ADT 68
15-févr.	17-févr.	Mahana	Lyon	FR	GP	ADT 67 & 68
23-févr.	3-mars	Salon International de l'Agriculture	Paris	FR	GP	Chambre d'Agriculture
6-mars	10-mars	ITB	Berlin	DE	Mixte	ADT 67 & 68
26-mars	27-mars	Rendez-Vous en France	Toulouse	Multi	PRO	CRTA
5-avr.	7-avr.	Destination Nature	Paris	FR	GP	Massif des Vosges
5-avr.	7-avr.	Running Expo	Paris	FR	GP	Marathon du Vignoble d'Alsace
15-avr.	18-avr.	Roadshow	Turin, Milan, Rome et Naples	IT	PRO	ADT 67 & 68
23-avr.	24-avr.	Workshop Alsace	Vienne	AT	PRO	CRTA
13-mai	14-mai	French Rendez-Vous	Vienne	Multi	PRO	ADT 67 & 68
14-mai	14-mai	Workshop France	Amsterdam	NL	PRO	ADT 67 & 68
23-juil.	25-juil.	RDA	Cologne	DE	PRO	ADT 67 & 68
3-sept.	5-sept.	Addicted to France	Scandinavie	Multi	PRO	ADT 67 & 68
oct.	oct.	Travel	Bruxelles	BE	PRO	ADT 67 & 68
oct.	oct.	Workshop France	Tel Aviv	IL	PRO	ADT 67 & 68
oct.	nov.	Workshop Alsace	Copenhague	DK	PRO	CRTA
11-oct.	13-oct.	Workshop FranceMed	Cannes	Multi	PRO	ADT 67 & 68
22-oct.	24-oct.	Workshop Alsace	Berlin et Munich	DE	PRO	CRTA
nov.	nov.	Equita	Lyon	FR	GP	CRT Equestre
4-nov.	7-nov.	WTM	Londres	GB	PRO	CRTA ADT 67 & 68
8-nov.	11-nov.	SITV	Colmar	FR	GP	ADT 67 & 68 Massif des Vosges
8-nov.	10-nov.	Plaza Culinaria	Fribourg en Brisgau	DE	GP	ADT 67 & 68

Manifestations sous réserve d'un nombre de partenaires suffisant et d'offre adaptée au public.

Multi = Manifestation touchant plusieurs marchés

GP = Grand public

PRO = Manifestation réservée aux professionnels

Mixte = GP et PRO

Mise à jour : 19.11.2012

Coût estimé : 153.000 €		
Financeurs et montants demandés	Conseil Général	Autres
	115.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	Membres du Club Promotion : 38.000 €
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 2	ETP : 2

Indicateurs

	2010	2011	2012
Nombre d'opérations de promotion réalisées	37 dont : 14 salons grand public, 4 à double vocation (pro et grand public), 4 événementiels, 13 salons professionnels et workshops	30 dont : 12 salons grand public, 2 à double vocation (pro et grand public), 2 événementiels, 14 salons professionnels et workshops	29 dont : 11 salons grand public, 2 à double vocation (pro et grand public), 3 événementiels, 11 salons professionnels et workshops, 2 actions de démarchage
Nombre de membres du Club Promotion	293	245	263
Nombre d'éducteurs réalisés / nombres de participants	6 (40 tour-opérateurs, 120 autocaristes, 7 journalistes, 94 professeurs)	6 (10 tour-opérateurs, 94 autocaristes, 16 agences de voyages, 35 associations)	11 (32 tour-opérateurs, 55 autocaristes, 20 agences de voyages, 3 portails Internet tourisme, 17 associations, 57 divers)
Nombre de contacts professionnels qualifiés	632 (moyenne de 40 contacts par opération)	564 (moyenne de 40 contacts par opération)	582 (moyenne de 45 contacts par opération)
Nombre de demandes d'organiseurs de voyages	164	217	256

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

3. COMMERCIALISATION

Service de Réservation

Date/Durée de l'action : **2013/1 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 – Bas-Rhin Réservation – Tél. : 03 88 15 45 60/85/86

Budget 2012 : 70.650 €

Bilan de l'exercice écoulé

Fin décembre 2011, la démission d'une collaboratrice et le départ, à la même période, d'une autre collaboratrice en congé de maternité suivi d'un congé parental de 6 mois, n'a permis, durant deux mois, d'assurer que le suivi des tâches courantes liées à la réservation et à la gestion administrative du service. Bien qu'un nouveau collaborateur ait été recruté en mars, dans le cadre d'un CDD d'un an, le service a donc fonctionné en effectif réduit durant près de 10 mois.

L'année 2012 était, pour rappel, la deuxième année de la phase opérationnelle de la Plateforme de Commercialisation Alsace (PCA) sur les 3 années d'expérimentation prévues.

Une véritable année charnière dont l'enjeu était, avant tout, de consolider l'offre disponible sur la plateforme et de contribuer au développement de l'activité de l'opérateur régional.

Ainsi, l'ensemble des actions menées durant 2012 par Bas-Rhin Réservation, tant en matière de production que de promotion, se sont concentrées autour du projet régional de Plateforme Commercialisation Alsace à la fois dans l'intérêt de la viabilité économique du projet mais également des prestataires distribués sur la plateforme et des clients souhaitant organiser un séjour clé en main en Alsace.

Durant cette année, la centrale de l'ADT du Bas-Rhin a limité volontairement ses missions de vendeur au profit de celles de producteur et metteur en marché. **L'ADT du Bas-Rhin a pris le parti de privilégier la réservation auprès de Tourisme Alsace Réservation et, ainsi, de conforter l'opérateur régional dans son rôle de vendeur de la destination Alsace, conformément au projet initial de partenariat public/privé.**

Ce choix a été fait dans la perspective du bilan qui devra être fait mi-2013 avec les partenaires afin de décider de la poursuite ou non du projet de Plateforme de Commercialisation Alsace. L'ADT du Bas-Rhin pourra se prononcer de façon réaliste sur les forces/faiblesses du projet, sur la plus-value pour l'économie alsacienne et évaluer l'efficacité du partenariat privé/public au regard des moyens humains investis par l'ADT du Bas-Rhin et des retombées obtenues par Tourisme Alsace Réservation.

I. Bilan des réservations enregistrées par la Centrale de Réservation en 2012

Points de vente	Chiffres d'affaires en €	Nbre de dossiers de réservation
Ventes B to C (call center ADT67)	32.806,93	87
Ventes B to B (coffrets cadeaux – agences - TO)	31.342,58	109
Web B to C – Ventes forfaits	6.124,00	19
Web B to C – Ventes hébergements sec	7.997,00	26
Divers (frais de dossier, assurance annulation...)	266,50	-
TOTAL	78.537,01	241

Données au 03.01.13

1. Résultats des ventes

- ⇒ Chiffre d'affaires total : env. 78.500 € soit **↘ 34,50 %** (2011 : env. 119.400 €)
- ⇒ Nombre total de dossiers aboutis : 241 dossiers soit **↘ 42,50 %** (2011 : 421 dossiers)

L'année 2012 connaît une baisse importante du chiffre d'affaires (- 34,50 %) en corrélation avec la diminution du nombre de dossiers de réservation (- 42,50 %).

A raison d'un chiffre d'affaires d'environ 78.500 € pour 241 dossiers (majoritairement pour un séjour pour 2 personnes), **le panier moyen par personne s'élève à 163 €**. Le panier moyen par personne s'élevait à 141 € en 2011 et 143 € en 2010. **La valeur du panier moyen par personne est donc plus importante malgré un contexte économique morose pour les ménages.**

Moins de réservations, certes, mais des clients au pouvoir d'achat plus élevé puisque le panier moyen augmente de 20 € par personne.

Plusieurs pistes de réflexion peuvent être envisagées :

- Est-ce à dire que l'augmentation constante des tarifs des séjours proposés par les hôteliers a atteint son point de rupture auprès de la clientèle habituelle de la centrale, entraînant ainsi une chute des réservations car les prix proposés sont trop élevés par rapport au prix psychologique acceptable et accepté par ces derniers ?
- Est-ce lié à la baisse des réservations de coffrets cadeaux dont le faible montant par dossier tirait le montant panier moyen vers le bas ?

2. Résultats des ventes B to C (directement au client final)

- ⇒ Chiffre d'affaires : env. 57.345 € soit **73 % du chiffre d'affaires total**
- ⇒ Nombre total de dossiers : 154 dossiers soit **64 % du nombre total de dossiers**

Il s'agit des ventes pour lesquelles le consommateur final (touriste) s'adresse directement à la centrale de l'ADT du Bas-Rhin pour effectuer sa réservation, par téléphone ou par internet.

Depuis début 2012, seules les coordonnées de Tourisme Alsace Réservation sont systématiquement mentionnées pour la réservation et communiquées sur les supports de promotion sur lesquels figurent les offres de séjour (flyers salons, brochures, insertion dans des magazines...).

Ces ventes directes restent donc majoritaires bien que le nécessaire ait été fait pour limiter l'activité de la centrale en tant que « vendeur » et en faveur de l'activité de « producteur »

- ▶ d'une part, en simplifiant le traitement des réservations en remplaçant le prépaiement à la centrale par une simple garantie CB (règlement effectué sur place auprès de l'hébergement) ;
- ▶ d'autre part, en ne communiquant plus sur la centrale de l'ADT du Bas-Rhin vis-à-vis du grand public.

Les réservations enregistrées proviennent donc essentiellement du référencement naturel des pages internet des séjours.

3. Résultats des ventes B to B (dans le cadre de partenariats commerciaux)

- ⇒ Chiffre d'affaires : env. 21.195 € soit **27 % du chiffre d'affaires total**
- ⇒ Nombre total de dossiers : 87 dossiers soit **36 % du nombre total de dossiers**

Il s'agit des ventes apportées à la centrale de l'ADT du Bas-Rhin par une agence de voyages ou un tour-operator avec lesquels elle a signé préalablement un accord commercial qui leur permet de distribuer et revendre à leurs clients des séjours produits par la centrale de l'ADT du Bas-Rhin. L'agence de voyages ou le tour operator gère la relation client et sous-traite la réservation auprès de la centrale de l'ADT.

Ces ventes indirectes se décomposent de la façon suivante :

3.1. DAKOTA

- ⇒ Chiffre d'affaires : env. 4.160 € soit **5,3 % du chiffre d'affaires total**
- ⇒ Nombre total de dossiers : 28 dossiers soit **12 % du nombre total de dossiers**

Les réservations liées au coffret cadeau « Echappée Verte » sont anecdotiques et ne représentent qu'un faible pourcentage des ventes. Ces résultats sont à mettre en corrélation avec la baisse des ventes de coffrets cadeaux de façon générale au niveau national, toutes marques confondues. Le marché du coffret cadeau connaît le même cycle de vie que tout produit ; après une explosion des ventes il y a environ 5 ans, le produit est en phase descendante.

3.2. VISIT EUROPE

- ⇒ Chiffre d'affaires : env. 4.160 € soit **5,3 % du chiffre d'affaires total**
- ⇒ Nombre total de dossiers : 28 dossiers soit **12 % du nombre total de dossiers**

Il s'agit de la 1^{ère} année effective de ce partenariat dans la mesure où l'an dernier, bien que le partenariat avait déjà été mis en place, aucune réservation n'avait pu être honorée suite malheureusement à l'incendie en janvier 2012 de l'hébergement partenaire.

3.3. TOURISME ALSACE RESERVATION

- ⇒ Chiffre d'affaires : env. 14.170 € soit **18 % du chiffre d'affaires total**
- ⇒ Nombre total de dossiers : 47 dossiers soit **19,50 % du nombre total de dossiers**

Pour mémo, en 2010 avant la mise en place de l'opérateur régional, le chiffre d'affaires des ventes directes réalisées par la centrale de l'ADT du Bas-Rhin était d'environ 112.000 € pour 360 dossiers de réservation.

Il s'agit pourtant des mêmes séjours que ceux vendus auparavant directement par l'ADT (ils sont même beaucoup plus nombreux), les forfaits sont mis en avant sur les mêmes supports de promotion ainsi que sur le site internet de destination ; seules les coordonnées du vendeur ont changé.

Le principe des vases communicants aurait donc dû naturellement s'appliquer : les réservations, et le chiffre d'affaires qui en découle, autrefois directement enregistrés par la centrale de l'ADT aurait dû basculer au bénéfice de Tourisme Alsace Réservation.

Or, ce n'est pas le cas. Les résultats en terme de ventes sont de fait et comparativement aux résultats obtenus avant l'expérimentation très faibles et par conséquent insatisfaisants en terme de retombées économiques pour les partenaires de la Centrale de l'ADT du Bas-Rhin.

Mise en ligne tardive des séjours dans l'année 2012 par Tourisme Alsace Réservation, information préalable à l'achat essentiellement par e-mail, renvoi systématique vers la réservation en ligne au détriment d'un relationnel plus « humain » avec le touriste, capacité à vendre la destination et les séjours moins efficace du fait d'une méconnaissance des territoires et des prestataires... autant de facteurs qui peuvent en partie expliquer ces résultats décevants.

II. Bilan des actions de commercialisation

1. Production

Production de 24 nouveaux séjours en 2012 (dont 20 distribués auprès de Tourisme Alsace Réservation), en lien avec les axes prioritaires de la Stratégie Alsace 2012-2014, ainsi que les événements et cibles identifiés comme opportunités marketing prioritaires par le CRT :

- * 4 séjours Pâques : *Gastronomie et Traditions de Pâques (2j/1n), Gastronomie et Traditions de Pâques (3j/2n), Contes et légendes d'Alsace, En Alsace les lièvres pondent des œufs ;*
- * 3 séjours Noël : *Noël gourmand au vignoble, Escapade au Pays des Lumières, Réveillon du Nouvel An ;*
- * 2 séjours Famille : *Abracadra ! Voyage dans le temps à petits pas... (P'tit Fleck et MROF), Youpi l'Alsace en famille (Vaisseau) ;*
- * 2 séjours Nature et Itinérance douce : *Balades gourmandes à vélo, Bol d'air pur sur les sentiers vosgiens ;*
- * 7 séjours Terroir et gastronomie : *Au printemps l'asperge d'Alsace pointe son nez, Comme un Chef : séjour cours de cuisine, Le chocolat dans tous ses états, Highland Cattle : quand le paysage a du goût, La capitale d'Alsace tout feu tout flam's, Parenthèse épicurienne, Plaisirs des papilles dans le Ried ;*
- * 2 séjours Événementiels : *Au Grès du Jazz, Festival du Houblon ;*
- * 3 séjours Spa et Bien-être : *100% Vitalité, No stress, Pure relaxation dans les Vosges ;*
- * 1 Séjour Patrimoine : *Châteaux et vignes, histoire d'une terre (Haut-Koenigsbourg).*

2. Distribution

2.1. Partenariat TOURISME ALSACE RESERVATION

> **Distribution d'une cinquantaine de séjours produits** par l'ADT du Bas-Rhin sur la Plateforme de Commercialisation Alsace et sur le site l'opérateur régional. L'offre fournie par l'ADT du Bas-Rhin représente près de 60 % des offres de séjour proposées sur la plateforme régionale.

> **24 hôtels partenaires de la Centrale de l'ADT du Bas-Rhin distribués** sur la PCA par l'intermédiaire de Tourisme Alsace Réservation.

2.2. Partenariat DAKOTA BOX

> **Distribution de 5 séjours exclusifs par le biais de 2 coffrets cadeaux thématiques.**
Ce partenariat a été initié et négocié par le Réseau National des Destinations Départementales.

Les coffrets sont vendus en grande distribution (FNAC, Virgin, Auchan...) et diffusés également dans un large réseau d'agences de voyages :

→ **RECONDUCTION** du coffret « **Echappée Verte** » : 3 séjours tourisme durable dans le Bas-Rhin (coffret 2011/2012 valable jusqu'au 31/12/12 et reconduction des mêmes séjours pour le coffret 2012/2014) ;

→ **NOUVEAU !** Coffret « **Séjour au Vignoble** » : 2 séjours oenotouristiques dans le Bas-Rhin (coffret 2012/2014).

Dans le cadre du partenariat avec Tourisme Alsace Réservation, et toujours dans un souci de cohérence avec le projet régional de commercialisation et l'orientation stratégique affichée par l'ADT du Bas-Rhin en matière de commercialisation, l'ADT du Bas-Rhin a demandé que soit établi un contrat tripartite pour les coffrets 2012/2014 :

- DAKOTA en sa qualité d'éditeur du coffret ;
- ADT du Bas-Rhin en sa qualité de producteur de l'offre ;
- Tourisme Alsace Réservation en sa qualité de vendeur de la destination.

Les coordonnées indiquées dans le livret fourni aux clients dans les coffrets cadeau 2012/2014, pour la réservation des séjours bas-rhinois, seront celles de Tourisme Alsace Réservation.

2.3. Partenariat VISIT EUROPE

> **Distribution d'un séjour exclusif dans le catalogue 2011/2012 de VISIT EUROPE** (tour-operator français spécialisé sur la France et Europe), sur site internet www.visiteurope.fr ainsi qu'un réseau de 3.000 agences de voyages revendeuses.

> **Reconduction du partenariat pour le catalogue 2012/2013** et de l'offre de séjour packagée exclusivement pour Visit Europe autour de la thématique oenotourisme avec un positionnement attractif grâce à un prix d'appel intéressant.

Le forfait « Obernai, cité pittoresque de la Route des Vins » inclut 2 nuitées avec petit-déjeuner, 1 dîner traditionnel dans une winstub, 1 visite de cave suivie d'une dégustation, l'entrée au Château du Haut-Koenigsbourg, en souvenir : une bouteille de Gewurztraminer.

Dans le cadre du partenariat avec Tourisme Alsace Réservation, et toujours dans un souci de cohérence avec le projet régional de commercialisation et l'orientation stratégique affichée par l'ADT du Bas-Rhin en matière de commercialisation, l'ADT du Bas-Rhin a demandé que soit établi un contrat tripartite pour le catalogue 2012/2013 :

- VISIT EUROPE en sa qualité d'agence de voyages et de tour-opérateur pour vendre l'offre ;
- ADT du Bas-Rhin en sa qualité de producteur de l'offre ;
- Tourisme Alsace Réservation en sa qualité de réceptif local, pour traiter les réservations que Visit Europe lui adressera.

La brochure 2012/2013 est valable du 1^{er} novembre 2012 au 31 octobre 2013, durant cette période c'est donc Tourisme Alsace Réservation qui traitera directement, et sans l'intermédiaire de l'ADT, les réservations transmises par VISIT EUROPE.

3. Communication-Promotion

Les supports de communication et de promotion destinés au grand public, mentionnant des séjours produits par l'ADT du Bas-Rhin et réalisés en 2012, ont systématiquement mis en avant les coordonnées de Tourisme Alsace Réservation. L'ADT du Bas-Rhin a fait le choix de ne plus promouvoir les offres qui ne remontent pas sur la PCA et de ne plus indiquer les coordonnées de sa propre centrale sur les supports de communication-promotion. L'objectif étant de faire le nécessaire pour concentrer les réservations en un seul point, de ne pas entrer en concurrence avec l'opérateur régional, participer indirectement à la promotion des autres séjours des offices de tourisme producteurs présents sur la Plateforme de Commercialisation Alsace et pouvoir consacrer davantage de temps à la production d'offres de séjour.

3.1. Communication on-line

- * Site commun www.tourisme-alsace.com ;
- * E-newsletters CRT ;
- * E-newsletter TAR ;
- * Site web ATOUT FRANCE Allemagne "Weinwelt", campagne menée par le CRT et le CIVA ;
- * Site web SANEF (partenariat du CRT) ;
- * E-bannières sur « Made in Alsace » et « Rue 89 » (partenariat ADT67).

3.2. Communication off-line

- * Magazines "Alsace TENDANCE(S)" édités par le CRT ;
- * Magazine « En Alsace » (insertion financée par l'ADT67) ;
- * Brochure « Manifestations en Alsace 2012 » (éditée par les ADT) ;
- * Edition de flyer « Week-end et courts séjours » diffusés sur 8 salons de proximité ;
- * Communiqué de presse « Vacances de la Toussaint » (CRT) ;
- * Jeux concours.

4. Accompagnement des territoires

- * Participation à la formation « La conception du séjour : du montage à la commercialisation », organisée par le ResOT à l'attention des Offices de Tourisme.
Intervention de l'ADT du Bas-Rhin sur la partie relative à la réglementation en matière d'organisation et de vente de voyages ou séjours et de Tourisme Alsace Réservation sur la partie conception d'une offre de séjours.

5. Animation du réseau de partenaires

- * Conseils et accompagnement des hôteliers partenaires de la centrale en matière de commercialisation ;
- * Démarchage et information auprès des prestataires partenaires de la centrale de l'ADT du Bas-Rhin pour être distribués sur la PCA ;
- * Information des hôteliers partenaires de la centrale concernant la nécessité d'être classés nouvelles normes ou labélisés pour poursuivre leur partenariat avec l'ADT au 1^{er} janvier 2013 ;
- * Participation à la démarche du ResOT « Recommandation de l'offre par l'office de tourisme » ;
- * Participation à l'amélioration du site internet commun pour les rubriques liées aux idées séjours et recherche d'hébergements.

6. Logiciel de réservation Nethotels

Pour rappel, Nethotels est la solution technique utilisée par l'ADT du Bas-Rhin pour paramétrer les séjours, installer les grilles tarifaires, gérer les disponibilités et faire le suivi des dossiers de réservation.

- * Mise en place d'un développement permettant d'éditer automatiquement un courrier d'accompagnement et de personnaliser l'envoi des bons d'échanges ;
- * Finalisation du développement d'un mini-site internet dédié à la réservation (www.resalsace.com) pour pallier la disparition du site grand public de l'ADT du Bas-Rhin. Il s'agit également de conserver un site propre, aucune communication n'est effectuée concernant ce site en attendant l'issue de l'expérimentation du projet de Plateforme Commercialisation Alsace.

7. LEI

- * Mise à jour des données et informations de l'ensemble des fiches séjours suite à la mise en place de nouveaux critères développés pour faciliter la saisie en limitant l'utilisation de code HTML ;
- * Adaptation des éditions de fiches séjours en format PDF générées à partir du LEI ;
- * Transfert des fiches séjours de l'ADT67 sous l'identifiant de Tourisme Alsace Réservation afin d'optimiser la gestion et la mise à jour des fiches séjour produites par Bas-Rhin Réservation.

8. Suivi du projet de Plateforme de Commercialisation Alsace (PCA)

Tourisme Alsace Réservation (TAR) est l'opérateur régional privé en charge de vendre, pour une durée de 3 ans, la destination Alsace sur le site officiel du tourisme alsacien. Il a été désigné à l'issue d'un appel d'offres lancé par le Comité Régional du Tourisme et ses partenaires, les ADT du Haut-Rhin et Bas-Rhin, ainsi que le RésOT Alsace, dans le cadre du projet de Plateforme Commercialisation Alsace (PCA).

La deuxième année du contrat qui lie TAR et le CRT Alsace, maître d'ouvrage de l'opération PCA, est écoulée. 2013, constituera la 3^{ème} et dernière année du contrat de partenariat.

8.1. Bilan en quelques chiffres

- **Partenaires : 11 centrales locales** (OT Saverne, OT de Sélestat, OT de la Haute Vallée de la Bruche, OT de Molsheim, OT du Pays de Barr et Bernstein, OT Colmar, OT Mulhouse, OT Kayserberg, OT Guebwiller, Destination Haute Alsace et Bas-Rhin réservation), les 2 centrales départementales Gîtes de France, 3 hôteliers, 1 association (Golf in Alsace).
 - * des niveaux d'implication hétérogènes selon les partenaires ayant pour conséquence un maillage territorial inégal ;
 - * des territoires non représentés alors qu'ils disposent d'un OT autorisé à commercialiser.
- **Produits : 88 séjours au total.** L'offre est constituée à 75 % grâce à trois producteurs (ADT du Bas-Rhin/46 séjours, OT Saverne/13 séjours et Destination Haute Alsace/16 séjours).

Outre les offres de séjours packagées, Tourisme Alsace Réservation commercialise également quelques hôtels en hébergement sec, ainsi que les locations Gîtes de France du Bas-Rhin et du Haut-Rhin.

La qualité des prestations revendues par TAR satisfait les clients. Peu de litiges sont à signaler.

- **Réservations enregistrées par TAR :**

- Résultats des ventes**

- ⇒ Chiffre d'affaires total : env. 163.565 € soit ↗ 58 % (2011 : env. 103.328 €)
 - ⇒ Nombre total de dossiers aboutis : 1.063 dossiers

- > dont ventes B to C (directement au client final)**

- ⇒ Chiffre d'affaires : env. 109.272 € (soit ↗ 5% par rapport à 2011 : 103.328 €)
 - ⇒ Nombre total de dossiers :
 - > 439 dossiers de « prestation sèche » (soit ↗ 97% par rapport à 2011).
Toutefois il convient de nuancer en précisant que 80% des ventes sont liées à la billetterie du Festival Au Gré du Jazz de La Petite Pierre et non à des ventes de prestations d'hébergement ;
 - > 253 ventes de « séjours packagés » (soit ↗ 52,4% par rapport à 2011).

- > dont ventes B to B (dans le cadre de partenariats de distribution)**

- ⇒ Chiffre d'affaires : env. 54.293 € (2011 : pas de ventes indirectes)
 - ⇒ Nombre total de dossiers :
 - > 371 ventes (dont 120 réalisées sur ventes-privees.com, les autres par le biais de coffrets cadeaux).

- > Panier moyen : 189 € par réservation.**

8.2. Etat d'avancement du projet

Par rapport à la première année du projet (2011), l'offre 2012 présente sur la Plateforme de Commercialisation Alsace est désormais plus conséquente et plus structurée, tant au niveau de l'offre standard thématique que de l'offre événementielle (St Valentin, Pâques, produits de saison, etc.). Toutefois, cette offre pourrait encore être davantage développée avec le soutien et l'implication des offices de tourisme producteurs partenaires du projet.

Bien que l'on constate une augmentation de 137 % des ventes réalisées et de 60 % du chiffre d'affaires généré au niveau de Tourisme Alsace Réservation par rapport à l'année 1, **ces résultats restent bien en-dessous des objectifs visés puisqu'ils représentent 10 % du seuil minimum prévisionnel à atteindre pour que Tourisme Alsace Réservation équilibre son budget.**

L'année 2013 sera donc véritablement décisive. Il s'agit d'un projet collectif et sa réussite repose sur la responsabilité de l'ensemble des partenaires.

Ce partenariat privé/public ne pourra être pérennisé et s'inscrire dans le temps qu'à la seule condition que Tourisme Alsace Réservation développe son chiffre d'affaires et que, pour ce faire, l'opérateur dispose de suffisamment de produits attractifs avec un stock accessible, accompagnés d'une promotion efficace des séjours et d'actions commerciales destinées à augmenter les ventes, une connaissance précise de l'offre alsacienne pour améliorer la force de vente de Tourisme Alsace Réservation, une réservation en ligne simple et facilitée sur les sites internet de destination ou de Tourisme Alsace Réservation.

8.3. Implication de l'ADT du Bas-Rhin dans le projet

Comme depuis le début du projet, l'ADT du Bas-Rhin poursuit sa participation au projet de PCA sans réserve avec :

- **L'ADT du Bas-Rhin a abandonné ainsi en 2012, comme prévu, son rôle de vendeur au profit de celui de producteur et de metteur en marché. démarchage et information** auprès des prestataires partenaires de la centrale de l'ADT du Bas-Rhin pour être distribués sur la PCA ;
- **production de nouvelles offres de séjours** en lien avec les événements et cibles prioritaires identifiés comme prioritaires par le CRT Alsace et Tourisme Alsace Réservation ;
- **distribution de près de 85 % du portefeuille de séjours** auprès de Tourisme Alsace Réservation ;
- **réalisation de supports de promotion et communication** mettant en avant uniquement des séjours vendus sur la Plateforme de Commercialisation Alsace en spécifiant exclusivement les coordonnées de Tourisme Alsace Réservation ;
- **délégation à Tourisme Alsace Réservation du suivi des réservations** dans le cadre de la reconduction des partenariats commerciaux 2012-2014 suivis par l'ADT du Bas-Rhin (coffrets cadeaux DAKOTA et partenariat VISIT EUROPE).

Tourisme Alsace Réservation se trouve, de fait, conforté dans son rôle de vendeur de la destination Alsace, conformément au projet de partenariat public/privé.

Toutefois, le chiffre d'affaires 2012 de la centrale de réservation de l'ADT du Bas-Rhin est **d'environ 78.500 € (soit -34% par rapport à 2011)**, dont seulement **14.170 € générés par les 47 ventes Tourisme Alsace Réservation**.

Force est de constater que les ventes apportées par Tourisme Alsace Réservation à la Centrale bas-rhinoise sont quasi anecdotiques et ne compensent de loin pas les réservations auparavant réalisées directement par l'ADT du Bas-Rhin.

L'ADT du Bas-Rhin a effectué mi-octobre, avec l'accord du CRT Alsace, **une enquête mystère auprès de Tourisme Alsace Réservation pour évaluer les qualités commerciales et la force de vente du service de réservation, basé pour rappel à Dijon**.

Au-delà d'une baisse d'un chiffre d'affaires ou de performances de la centrale départementale, il s'agit avant tout de veiller à ce que les objectifs visés prioritairement par la Plateforme de Commercialisation Alsace soient atteints, c'est-à-dire à la fois faciliter la venue des touristes en leur proposant un interlocuteur unique pour réserver leur séjour en Alsace et contribuer au développement économique des prestataires alsaciens.

L'ADT du Bas-Rhin poursuit sa participation au projet de Plateforme de Commercialisation Alsace jusqu'au terme des 3 ans d'expérimentation. Un bilan intermédiaire sera réalisé en juin 2013 afin d'évaluer les résultats et de décider en accord avec l'ensemble des partenaires, CRT Alsace, ADT du Haut-Rhin, RésOT et Tourisme Alsace Réservation, si le projet mérite d'être poursuivi en l'état ou si la commercialisation de la destination Alsace peut être optimisée sous une autre forme.

Budget 2013 : 70.000 €

Programme prévu pour l'exercice

1. Gestion du Service de Réservation (Bas-Rhin Réservation) : 45.000 €

Au-delà des frais de fonctionnement de l'équipe, les dépenses programmées correspondent à l'animation de la Plateforme de Commercialisation Alsace (PCA). Elles participent de la mise en valeur de produits touristiques représentant l'ensemble des territoires bas-rhinois, plusieurs gammes d'établissements d'hébergement et de restauration et les traditions calendaires de l'Alsace. Comme le prévoit la convention de partenariat qui associe les ADT, le CRT et le RésOT, les produits élaborés par le Service de Réservation sont commercialisés via l'opérateur régional « Tourisme Alsace Réservation » - TAR (sous réserve de l'accord des prestataires). Les forfaits Dakota et Visit France sont également redirigés vers TAR.

2. Elaboration de produits touristiques : 25.000 €

L'élaboration de produits touristiques, évaluée à 25.000 € comprend, pour le Service Commercialisation « Bas-Rhin Réservation » : l'insertion de séjours dans les magazines Alsace Tendance(s) édités par le CRT (compte collectif « Tourisme 67/68 ») et autres supports média, la création et édition de flyers promotionnels dédiés aux offres « week-ends et courts séjours en Alsace », la participation à des actions de promotion commerciale, des frais de maintenance du logiciel et du mini-site de réservation Nethotels, l'option cartographie Nethotels pour localiser les hébergements, les frais de traduction relatifs aux hébergements et aux offres de séjours et l'achat de topoguides.

a) Insertion magazines « Alsace Tendance(s) » : un montant de **6.000 €** est proposé pour l'insertion d'idées séjours distribuées par Tourisme Alsace Réservation (TAR) dans les magazines « Alsace Tendance(s) » édités par le CRT (compte collectif « Tourisme 67/68 »).

b) Création de fiches PDF multi-séjours : un montant de **800 €** est estimé pour le développement d'un modèle de fiche PDF multi-séjours, trilingue et personnalisable, édité à partir du LEI. Ce document répondra notamment aux besoins de Tourisme Alsace Réservation et de ses partenaires qui pourront extraire les informations essentielles à présenter sur des communiqués de presse ou sur des flyers.

c) Flyers « Week-ends et courts-séjours en Alsace » : un montant de **3.000 €** est réservé pour la participation à l'impression de flyers, dédiés aux offres de séjours et commercialisés par l'opérateur régional TAR sur la Plateforme de Commercialisation Alsace. Ces flyers pourront être diffusés par les ADT, par TAR et ses partenaires lors des salons ou événementiels.

d) Campagne de promotion courts-séjours : un montant de **6.000 €** est proposé pour la participation à des actions de promotion commerciale off-line et on-line menées par les partenaires de Tourisme Alsace Réservation : achat de bannière sur des sites web, participation au financement de campagne dédiée en collaboration avec Atout France ou des prescripteurs privés...

e) Insertions presse idées séjours : un montant de **4.000 €** est dédié à l'achat d'espaces dans des magazines en adéquation avec la thématique ou cible visée permettant la mise en avant d'offres de séjours conçues par l'ADT du Bas-Rhin et commercialisées par Tourisme Alsace Réservation.

f) Maintenance du mini-site dédiée à la réservation : un montant de **500 €** est nécessaire pour assurer la maintenance du mini-site dédié à la réservation d'hébergements secs et de séjours dans le département du Bas-Rhin.

g) 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.

- h) Participation au développement du LEI :** un montant de **700 €** est réservé pour participer à la création de nouveaux critères spécifiques dédiés aux séjours.
- i) Traduction (D-GB) :** un montant de **3.000 €** est estimé pour couvrir les frais de traduction relatifs à la commercialisation de nouveaux hébergements et à la production de nouveaux séjours.
- j) 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 : 70.000 €

	Conseil Général	Autres
Financeurs et montants demandés	20.000 € + charges de personnel (cf. frais de fonctionnement)	Clients Service de Réservation : 50.000 €
Moyens nécessaires	Nombre de personnes : 3	ETP : 3

Indicateurs

	2011	2012
Chiffre d'affaires généré	119.500 €	78.537 €
Nombre de réservations effectives	421	241
Nombre total de forfaits proposés	52	69
Nombre de nouveaux forfaits	16	26
Nombre de prestataires	54, dont 4 nouveaux	62, dont 5 nouveaux
Nombre de sites visités par l'équipe du SLA	6 hôtels	3 hôtels
Nombre de séjours Pâques et Printemps (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 8)	nc	9
Nombre de séjours Noël (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 8)	14	16
Nombre de séjours Patrimoine castral et Hauts Lieux de visite (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 9)	nc	3
Nombre de séjours Oenotourisme (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 11)	nc	0
Nombre de séjours Itinérance à vélo (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 6)	nc	1
Nombre de séjours Ecotourisme et développement durable (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 4)	nc	1
Nombre de séjours Terre d'Histoire et de Mémoire (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 7)	nc	0
Nombre de séjours insolites (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 10)	nc	0
Nombre de séjours Tourisme participatif (Stratégie Alsace 2012-2014 / Objectif 2)	nc	0

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

4. COMMUNICATION

Relations publiques, presse, supports, publicité

Date/Durée de l'action : 2013/1 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 2012 : 75.000 €

Bilan de l'exercice écoulé

Sur le plan de la Communication, l'année 2012 a été marquée par plusieurs événements :

- le lancement de la stratégie touristique 2012-2014,
- le lancement du site internet commun,
- le lancement de la thématique Pâques,
- la déclinaison de la thématique retenue pour l'année, à savoir le Cyclotourisme et le lancement, en fin d'exercice, de la nouvelle thématique pour l'année à venir : l'oenotourisme avec les 60 ans de la Route des Vins.

> E-newsletter

Les newsletters électroniques mensuelles sont désormais diffusées tout au long de l'année (avec deux numéros bimensuels « juillet/août » et « décembre/janvier ») à plus de 2 000 contacts régionaux (presse, élus, tourisme, Club Promotion Alsace) et nationaux (presse). Les retours positifs se multiplient de même que les nouveaux abonnements. Le blog permet d'afficher 14 articles par numéro, soit 139 « posts » annuels.

> Supports institutionnels

Ce poste comprend la création du rapport annuel d'activité et d'une carte de vœux électronique animée, ainsi que les signatures de mail. Ces deux derniers supports s'inscrivent directement dans la stratégie touristique 2012-2014 avec l'utilisation du thème cyclotourisme durant toute l'année 2012 et du thème oenotourisme sur 2013 (dont la mise en œuvre s'est effectuée fin 2012 à l'occasion des vœux).

Enfin, une nouvelle version du logo ADT 67 et ADT67/68 a été créée après le lancement du site web unique et afin de permettre l'utilisation de la Marque Alsace en y intégrant le Acoeur. Le papier à entête et les cartes de visite ont également été modifiés pour tenir compte de ces changements.

> Matériel de communication

Les réalisations sont destinées à soutenir les actions de promotion et de communication et à répondre à des opérations ponctuelles.

Quatre nouveaux kakémonos ont été réalisés :

- ▶ sur le thème du M-Tourisme et spécial GPS pour l'Assemblée Générale, afin d'illustrer tous les outils existants sur cette thématique ;
- ▶ sur le thème de l'hôtellerie de plein air et ses nouvelles tendances pour le salon Egast.

Dans l'entrée au siège de l'ADT, de nouveaux kakémonos ont été créés afin de mettre en avant le cyclotourisme et le nouveau logo de l'ADT. La signalétique des locaux de l'ADT a été renouvelée en même temps (panneaux à l'extérieur des bâtiments et autocollant sur la porte d'entrée).

De nouveaux sacs en tissu « Fabrication française » ont été réalisés sur les thèmes du cyclotourisme et de l'oenotourisme et sont revendus aux offices de tourisme et utilisés lors des différentes manifestations de promotion.

Enfin, plusieurs flyers avec une sélection de séjours Bas-Rhin Réservation ont été réalisés tout au long de l'année pour être diffusés lors des différentes manifestations ou salons touristiques.

> 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...).

En 2012, on note près de 30 partenariats : l'Office de Tourisme de Mulhouse pour le congrès des Offices de Tourisme, Pierre Schmidt pour la promotion des produits du terroir, l'Adira avec le Club des Ambassadeurs et les Jeunes Ambassadeurs, l'Université de Strasbourg pour le programme ERASMUS, l'Association Internationale Sinoccygen avec le 1^{er} Festival international du film chinois à Strasbourg et l'exposition Bastian à Pékin, le Syndicat des Producteurs de Crémant en Alsace, le Congrès des Femmes Leader, Summerlied, etc.

En 2012, deux Paniers d'Accueil ont été créés sur les thématiques de Pâques et de Noël. de Tourisme, Pierre Schmidt pour la promotion des produits du terroir, l'Adira avec le Club des Ambassadeurs et les Jeunes Ambassadeurs, l'Université de Strasbourg pour le programme ERASMUS, l'Association Internationale Sinoccygen avec le 1^{er} Festival international du film chinois à Strasbourg et l'exposition Bastian à Pékin, le Syndicat des Producteurs de Crémant en Alsace, le Congrès des Femmes Leader, Summerlied, etc.

En 2012, deux Paniers d'Accueil ont été créés sur les thématiques de Pâques et de Noël. S'inscrire dans une démarche globale de qualification de l'offre marchande, construire une séduction en multipliant les prescripteurs, miser sur les savoir-faire d'excellence et les traditions pour se différencier des régions concurrentes, tels sont les objectifs inscrits dans la stratégie touristique Alsace 2012-2014 avec pour priorités :

- ▶ **Fidéliser** : la clientèle touristique, les partenaires locaux,
- ▶ **Accroître** : les dépenses moyennes des touristes, la visibilité des spécificités locales, les liens entre les différents acteurs touristiques, la dimension pédagogique et culturelle des produits locaux, les collaborations entre acteurs locaux,
- ▶ **Développer** : la fréquentation des sites touristiques, des réponses aux attentes toujours plus exigeantes des visiteurs, l'économie locale et les filières courtes à échelle départementale, l'accès des hébergeurs à des paniers bénéficiant d'économie d'échelle, l'utilisation des produits locaux dans le cadre de la promotion touristique.

Le panier d'accueil « Pâques » était composé d'un ballotin de chocolat, d'une cannette de bière de printemps, d'un pot de confiture, d'une clé USB et d'un fascicule «Alsa'quizz».

Le panier d'accueil « Noël » était composé d'une bouteille de vin, d'un ballotin de pain d'épice, d'une poterie, d'une mignonette d'eau de vie et d'un fascicule « Alsa'quizz ».

Réalisés à 100 % en France avec des consommables intégralement produits en Alsace, ces paniers ont été assemblés par l'ADAPEI, association reconnue d'utilité publique employant plus de 800 personnes handicapées dans le Bas-Rhin.

> Relations publiques – Evénementiels

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.

De nombreuses opérations ont été accompagnées comme le lancement de l'Agneau Pasc'Alsace au Salon de l'Agriculture avec la Fédération des Chefs de Cuisine-Restaurateurs d'Alsace, la Chambre d'Agriculture et le CIVA, une Marche découverte en car pour faire connaître « Mes routes d'Alsace par GPS », un goûter alsacien à l'Académie de gourmandise à Paris, la remise des prix du fleurissement au Conseil Général ou encore des signatures de convention ou la remise du nouveau panneau des Chefs Etoilés au Haut-Koenigsbourg.

> Aménagement des locaux en termes d'image

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

Dans le cadre du lancement de la thématique de Pâques, une décoration spéciale Pâques a été mise en place en 2012.

> Relations presse

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

En 2012, 30 communiqués de presse ont été écrits et diffusés, ainsi que 6 dossiers de presse :

- « Nouveautés 2012 »,
- « Hôtellerie de plein air : nouvelles tendances »,
- « Fleurissement » pour la remise des prix au Conseil Général,
- « Fête du vélo » avec le Conseil Général pour l'inauguration d'un nouvel itinéraire cyclable,
- « Panier d'Accueil »
- « M-Tourisme »

et 4 conférences de presse ont été organisées :

- lancement GPS,
- lancement de la campagne de fleurissement à l'occasion de l'annonce de la manifestation « A fleur de Pot » à St Pierre,
- lancement des paniers d'accueil,
- lancement de l'Agneau Pasc'Alsace au Salon de l'Agriculture.

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 et la Maison de l'Alsace à Paris.

Un voyage a été organisé pour 6 journalistes espagnols dans le cadre de la promotion de la nouvelle desserte aérienne Vueling Barcelone/Strasbourg. Un autre accueil encore a été organisé avec Atout France Autriche à l'occasion de la nouvelle ligne Air France Vienne/Strasbourg. Quatre autres voyages ont été organisés avec le CRT sur le thème de Laliq, de Noël et de Pâques pour la presse française et allemande.

A noter également l'organisation de 7 accueils de presse individuels pour le guide du Routard, le guide Fooding, ou pour la promotion de Summerlied, du Vélo aux Pays-Bas, le Pain d'Épice et Noël ou la Fête du Pont à Scheibenhart.

L'ADT a participé à 5 opérations de 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 mars une présentation à Barcelone dans le cadre de la nouvelle desserte aérienne Vueling, en Juillet une opération à Paris avec l'AJT et la Maison de l'Alsace, en septembre Wine Dating avec le CRT à Paris et en novembre un workshop Noël à l'Ecomusée.

> **Publicité**

14 insertions publicitaires ont été réalisées dont 2 bannières web pour Made in Alsace et Rue 89 sur le thème des week-ends et courts séjours en Alsace. D'autres thématiques ont été déclinées comme « Alsacez-vous sans votre voiture » (déplacements doux), « TGV Rhin-Rhône », GPS et 2000 ans d'architecture (nouvelles technologies) et, enfin, le cyclotourisme.

A noter les partenariats avec le Guide Balado (couverture personnalisée), Made in Alsace et le Magazine En Alsace pour ses numéros spéciaux consacrés à Pâques au cyclotourisme ainsi que les insertions publicitaires dans le Guide Logis, guide des Etoilés d'Alsace, Schwartwald Gäste Journal, etc.

Budget 2013 : 75.000 €

Programme prévu pour l'exercice

Le plan de communication tient compte de la contribution à une stratégie touristique Alsace 2012-2014. Il intègre de plus en plus souvent 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 programmées avec la Maison de l'Alsace à Paris et le Service de la Communication du Conseil Général du Bas-Rhin.

La thématique prioritaire retenue pour 2013 est l'œnotourisme avec, comme événement phare, le 60^{ème} anniversaire de la Route des Vins d'Alsace (en 2012, la thématique « vélo » était privilégiée).

Le budget prévisionnel de **75.000 €** pour 2013 prend en compte les actions qui suivent :

1. Lettre d'information / e-newsletter : 2.500 €

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 mensuellement à plus de 2.000 contacts, elle permet une plus grande réactivité par rapport à l'actualité avec une diffusion immédiate, elle 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 l'élaboration du rapport d'activité annuel, des documents de présentation de l'ADT, de la carte de vœux numérique, des cartons d'invitation et de 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, autant que possible, les impressions papier.

3. Matériel de communication : 10.000 €

Ce poste comprend la création d'une ligne de kakémonos et de totems dans le cadre d'une politique de partenariats élargie depuis 2011, 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. Une nouvelle collection de sacs en tissu, de fabrication française, initiée en 2012 sur le thème du cyclotourisme, sera poursuivie en 2013 sur le thème annuel de l'oenotourisme. L'oenotourisme sera, par ailleurs, décliné sur les kakémonos d'accès aux locaux de l'ADT, des pochettes... Les opérations « paniers d'accueils » à destination des hébergeurs seront reconduites en fonction du succès rencontré pour les éditions antérieures et sous réserve de la résorption des stocks disponibles.

Il est précisé que des recettes sont escomptées pour un montant de 5.000 € (cf. Produits).

4. Partenariats : 7.000 €

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. Un fort développement est prévu en 2013 dans le cadre de demandes de structures institutionnelles (mission Marque Alsace, etc.) et de l'industrie agro-alimentaire comme, par exemple, l'ARIA.

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. Une communication spécifique sera mise en place pour assurer le lancement du Slow Up. Un accompagnement durant toute l'année 2013 des différents événements prévus pour le 60^e anniversaire de la Route des Vins est prévu, ainsi que le lancement des nouveaux services autour de la Véloroute Rhin (inauguration au printemps) et de la Véloroute du Vignoble d'Alsace.

6. Aménagement des locaux en termes d'image : 1.500 €

Ce budget comprend essentiellement le fleurissement de l'accueil et l'aménagement de la vitrine de l'accueil rue Bartsch sur le thème des traditions de Noël et de Pâques.

7. Relations Presse : 17.000 €

En 2013, les accueils et voyages de presse sont réalisés selon les nouveaux axes prioritaires (oenotourisme, accessibilité, Alsace destination d'excellence vélo, tourisme durable/écotourisme et ATP/Pâques) de la Stratégie Alsace 2012-2014.

Des actions spécifiques seront également réalisées pour soutenir l'ouverture de nouvelles lignes aériennes en relation avec l'aéroport de Strasbourg (Mediatour avec Atout France et accueils presse).

Ce poste comprend

- ▶ la réalisation de **supports de presse** : communiqués et dossiers de presse ;
- ▶ les **accueils** et les **voyages de presse** qui sont organisés dans le cadre de l'accompagnement des nouvelles thématiques et en mutualisant les moyens avec Haute-Alsace Tourisme, 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 à promouvoir comme, par exemple, le Slow Up Route des Vins ou l'ouverture du musée de Bouxwiller ;
- ▶ ainsi que les **workshops presse**.

8. Publicité : 23.000 €

Le budget comprend des campagnes d'insertions presse sur la base des plans de communication accompagnant les nouvelles thématiques. Après « L'Alsace sans ma voiture » (déplacements doux), « Bas-Rhin Réservation », « les nouvelles technologies » (2000 ans d'architecture, GPS), l'année 2013 mettra l'accent sur « Oenotourisme » et capitalisera sur « Cyclotourisme » lancé en 2012. De nouveaux 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 aux sollicitations non programmées et en relation avec les différentes missions de l'ADT (promotion, fleurissement, Bas-Rhin Réservation, etc.) et les partenaires privilégiés de l'Agence (Direction de la Communication du Conseil Général, Maison de l'Alsace à Paris, ADT de Haute Alsace, CRT).

Coût estimé : 75.000 €

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

Indicateurs

	2011	2012
Nombre d'accueils de presse et nombre de journalistes accueillis	58 journalistes accueillis en 9 accueils individuels et 6 voyages de presse	46 journalistes accueillis en 7 accueils individuels et 6 voyages de presse
Nombre de workshops et rencontres presse	3	5
Nombre d'insertions presse	6	14 dont 2 bannières web
Nombre d'opérations de relations publiques	4	8

	2011	2012
Nombre de dossiers de partenariats	13	30
Nombre de communiqués de presse	43 dont 3 conférences de presse	33 dont 3 conférences de presse
Nombre de dossiers de presse (thématiques) rédigés	4	6
Nombre de supports institutionnels réalisés	4	5
Nombre de matériel de communication	13	20
Nombre d'e-Newsletter	9	10
Nombre de post sur le blog	126	139
Nombre de destinataires de l'e-newsletter	2000	2151

Organisme : **ADT**
Exercice : **2013**

5. INFORMATION

Accueil – Information - Logistique

Date/Durée de l'action : **2013/1 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 2012 : p.m.

Bilan de l'exercice écoulé

Durant l'année 2012, l'ADT du Bas-Rhin a répondu à un total de plus de **3.582 demandes de documentation touristique** (contre 3.645 demandes en 2011 : - **1,7%**), ce qui représente **57.647 brochures diffusées** (71.100 en 2011).

Ces demandes parviennent par :

- internet : 52 % (contre 54 % en 2011)
- téléphone : 42 % (contre 38% en 2011)
- courrier, fax, divers : 6 %.

L'année 2012 a été marquée par la prise en charge d'une partie des demandes de renseignements touristiques émanant du site internet tourisme-alsace.com et de la ligne téléphonique de la Maison de l'Alsace à Paris.

Les envois se font majoritairement à destination des **particuliers pour 87 %** contre **13 % pour les professionnels**.

Les brochures sont principalement envoyées à destination de :

- la France : 75%
- l'Allemagne : 13%
- la Belgique : 4%
- de la Suisse et de l'Italie : 1%
- du Canada, des Pays-Bas, de l'Espagne, de l'Autriche, ...

Les commandes de brochures touristiques sont issues de 43 pays différents

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

- l'Alsace : 18%
- l'Île-de-France : 11%
- la Lorraine, : 8,1%
- le Nord-Pas-de-Calais : 8,1%
- la région Rhône-Alpes : 7,3%
- suivies des Pays de Loire, de la Normandie, etc...

Pour répondre aux demandes d'informations et de présentation de la destination Alsace à l'occasion de salons et de rencontres dans le Bas-Rhin, l'équipe d'accueil de l'ADT peut intervenir ponctuellement comme, par exemple, lors des Forums Vacances organisés par la Banque Postale à Strasbourg en 2012.

Budget 2013 : 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

	2011	2012
Nombre de demandes de documentation traitées	3.645	3.582 (-1,7 % par rapport à 2011)
Nombre de brochures envoyées	71.100	57.647 (- 19,3 % par rapport à 2011)

3. L'organisation de l'ADT

Le bilan des actions 2012 décrit sur les fiches d'actions témoigne de la mise en oeuvre efficace et dynamique des axes de la stratégie touristique Alsace 2012-2014, nécessitant un effort constant et une implication quotidienne de toute l'équipe de l'Agence.

Comme au cours des années précédentes, 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 2012, portant sur :

- le tourisme et l'intercommunalité,
- l'histoire de l'art contemporain,
- l'e-Tourisme,
- le web social et les réseaux sociaux,
- la gestion du classement des meublés de tourisme (logiciel « GLAM »),
- le maintien et l'actualisation des compétences SST (Sauveteur Secouriste du Travail),
- une formation de tuteur dans le cadre d'un contrat de professionnalisation (alternance),
- les techniques de conduite et d'animation de réunions,
- le management de projets,
- le perfectionnement de l'outil Powerpoint,
- des cours de langues :
 - ▶ la poursuite de l'acquisition des connaissances en allemand et, dans le cadre du Droit Individuel à la Formation (DIF), des cours d'initiation au serbo-croate,
 - ▶ l'organisation de cours d'anglais (initiation et mise à niveau),
- un bilan de compétences (2012/2013).

L'équipe de l'ADT a pu, en outre, participer à un exercice d'évacuation d'urgence organisé, en juillet 2012, par le Corps des Sapeurs-Pompiers d'Illkirch-Graffenstaden

Bilan social 2012 de l'ADT du Bas-Rhin

I. Emplois

1. Répartition des effectifs par catégorie et par sexe

CDI

(Effectif 2010 et 2011 : 28)

	Hommes	Femmes	Total
Employés (E)	2	4	6
Agents de maîtrise (AM)	3	9	12
Cadres (C)	3	6	9
Total	8	19	27

CDD

	Hommes	Femmes	Total
Employés	1		1
Agents de maîtrise	0	0	0
Cadres	0	0	0
Total	1	1	1

28 salariés (25,45 ETP) en 2012 :

**27 CDI (24,62ETP)
et**

1 CDD (0,83 ETP) :

1 agent du 5 mars 2012 au 4 mars 2013 au Service de Réservation

2. Répartition du personnel 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						2	2	7,14
Commercialisation	1	1				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	4	3	9	3	6		
Total de personnes par catégorie	7		12		9		28	100
Total de personnes			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		0,89			1,00		1,89	7,43
Personnel – Administration – Finances (PAF)		0,80				1,00	1,80	7,07
Territoires			1,00	2,38	1,00		4,38	17,21
Editions – Thématiques				2,61	1,00		3,61	14,19
Hébergements-Fleurissement-Labellisation (HLF)			1,00	2,58		0,74	4,32	16,97
Promotion						2,00	2,00	7,86
Commercialisation	0,83	0,67				1,00	2,50	9,82
Communication		1,00				0,95	1,95	7,66
Internet - Informatique			1,00				1,00	3,93
Accueil – Information - Logistique	2,00						2,00	7,86
Total Hommes-Femmes par catégorie	2,83	3,36	3,00	7,57	3,00	5,69	25,45	100
Total de personnes par catégorie	6,19		10,57		8,69			
Total de personnes			25,45					

3. Organigramme 2012

Direction Directeur : Marc LEVY (ETP : 1) 03 88 15 45 90											
Assistance – Secrétariat Sandra SCHIEHL (ETP : 0,89) 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 : 4,08) Frédéric BIEBER (ETP : 0,90) 03 88 15 45 61 Laetitia CONNAN-G'STYR (ETP : 0,48) 03 88 15 45 67 (en congé parental à temps plein pendant 6,25 mois : non remplacée) Charline DELHAUTAL (ETP : 0,98) (en congé individuel de formation à compter du 1 ^{er} septembre : non remplacée) 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 style="background-color: #e2efda;"> <th colspan="3" style="text-align: center;">Hébergement-Labelisation- Fleurissement (ETP : 4,32)</th> </tr> <tr style="background-color: #e2efda;"> <th style="width: 33%;">Hébergement (ETP : 1,31)</th> <th style="width: 33%;">Labelisation (ETP : 2,64)</th> <th style="width: 33%;">Fleurissement (ETP : 0,37)</th> </tr> <tr> <td style="vertical-align: top;"> Marie BARBERO (ETP : 0,41) 03 88 15 45 68 Franck KORMANN (ETP : 0,90) 03 88 15 45 63 </td> <td style="vertical-align: top;"> 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 : 0,64) 03 88 15 45 97 </td> <td style="vertical-align: top;"> Denise ZINDEL (ETP : 0,10) 03 88 15 45 97 Marie BARBERO (ETP : 0,27) 03 88 15 45 68 </td> </tr> </table>	Hébergement-Labelisation- Fleurissement (ETP : 4,32)			Hébergement (ETP : 1,31)	Labelisation (ETP : 2,64)	Fleurissement (ETP : 0,37)	Marie BARBERO (ETP : 0,41) 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 : 0,64) 03 88 15 45 97	Denise ZINDEL (ETP : 0,10) 03 88 15 45 97 Marie BARBERO (ETP : 0,27) 03 88 15 45 68	
Hébergement-Labelisation- Fleurissement (ETP : 4,32)											
Hébergement (ETP : 1,31)	Labelisation (ETP : 2,64)	Fleurissement (ETP : 0,37)									
Marie BARBERO (ETP : 0,41) 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 : 0,64) 03 88 15 45 97	Denise ZINDEL (ETP : 0,10) 03 88 15 45 97 Marie BARBERO (ETP : 0,27) 03 88 15 45 68									
Développement des thématiques et éditions (ETP : 3,41) Christian FLEITH (ETP : 0,80) 03 88 15 45 95 Carole HEILIGENSTEIN (ETP : 0,92) 03 88 15 45 93 Caroline KIEFFER (ETP : 0,95) 03 88 15 45 96 Magali VOLLMER-BURGER (ETP : 0,74) 03 88 15 45 82											
Coopération transfrontalière (1) et transnationale (2) (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 : 2,50) Laetitia LAEMMEL (ETP : 1) 03 88 15 45 60 Diana CILIENTO (ETP : 0,67) 03 88 15 45 85 Fabrice GALLIOT (ETP : 0,83) 03 88 15 45 86											
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) : 25,45

4. Age

Sur un effectif de 28 salariés,
l'âge moyen est de 42,75 ans.

La personne la plus âgée a 64 ans, la plus jeune 29 ans.

L'âge moyen des 19 femmes s'élève à 43,53 ans.

Celui des 9 hommes est de 41,11 ans.

5. Ancienneté

Les 28 salariés cumulent à 406,38 années travaillées,
soit une moyenne de 14,51 ans d'ancienneté par personne.

L'ancienneté la plus longue au 31 décembre 2012 s'élève à 39,5 ans,
la plus courte à 10 mois.

6. Temps de travail

Sur les **28 salariés** et **sur une année complète**,

- 14 ont travaillé à **temps complet**, dont 6 femmes et 8 hommes, soit 35 H par semaine ou 151,67 H par mois (100 %) sur l'année ;
- 14 à **temps partiel**, dont 13 femmes et 1 homme (variant de 48 à 95 %)

représentant en moyenne, en 2012, **25,45 ETP** (26,42 ETP en 2011).

Sur les 14 postes à **temps partiel**,

- 2 correspondent à une réduction exceptionnelle du temps de travail, pour convenance personnelle, pendant une durée limitée (2 et 6 mois), dont 1 a pris, à compter du 1^{er} septembre 2012, un congé individuel de formation (CIF),
- 2 sont concernés par un arrêt de travail pour congé parental (de 4 et 6,5 mois),
- 1 représente une prise de fonctions en mars, représentant 0,83 % de travail sur l'année,
- 1 se rapporte à un statut « emploi-retraite » à partir du mois d'avril (66 %).

Ainsi, en 2012, l'ADT a payé, en moyenne, 3.878 H par mois (4.006 H en 2011 et 3.993 H en 2010) pour les 28 salariés et **46.540 H** sur l'année (48.787 H en 2011 et 48.865 H en 2010), dont **774,5 H supplémentaires** (contre 724 H en 2011 et 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 deux jours de congés exceptionnels au titre de l'exercice 2012 (les 24 et 31 décembre).

7. Distinctions

La **Médaille d'Honneur du Travail** a été décernée à une collaboratrice de l'ADT, dans la catégorie **Argent** (20 ans de service).

8. Contrats à durée déterminée (CDD)

Services de l'ADT	Salariés	Durée du contrat	Objet	Temps travaillé en 2010
Service de Réservation	Fabrice GALLIOT	du 5 mars 2012 au 4 mars 2013	Renfort Service de Réservation suite à une démission et un congé de maternité fin décembre 2011	9,87 mois

9. Stagiaires

Services ADT concernés	Stagiaires Ecoles	Formations – Objet du stage	Période d'accueil
Développement/Thématiques	Aurélié BRUN Université de Bourgogne Dijon	Licence Professionnelle des Métiers du Tourisme et des Loisirs Sportifs <i>Projet de coopération avec la « Burgenstrasse » en Allemagne</i>	du 5 mars au 31 août 2012
Développement/Thématiques- TIC	Martin GREMMEL Université de Strasbourg)	Master 2 Gestion et Droit de l'Economie Numérique <i>Développement du Serious Game « Vivre l'Europe en Alsace »</i>	du 19 mars au 31 août 2012
Réservation/Commercialisation	Pablo FERREIRA Lycée des Métiers de l'Hôtellerie et du Tourisme Alexandre Dumas Illkirch	1ère année de BTS Ventes et Productions Touristiques <i>La commercialisation en milieu institutionnel</i>	du 15 au 26 octobre 2012
Accueil	Antoine HELFER Collège « La Providence » Strasbourg	Stage d'observation	du 26 au 30 novembre 2012
Promotion	Laura DUDT Ecole OMNIS Strasbourg	BTS Tourisme <i>Transfert du GPUOV vers le LEI</i>	du 7 novembre 2012 au 20 mars 2013
Territoires	Etienne BERTEAS Confluence formation Strasbourg	Dynamique jeune diplômé <i>Les incollables de l'oénotourisme</i>	du 17 décembre 2012 au 18 janvier 2013
Contrat de professionnalisation			
Territoires	Pauline JOLY Ecole OMNIS Strasbourg	BTS Animation et Gestion Touristiques Locales (AGTL) <i>Mise en place d'un pass touristique à vocation régionale</i>	du 12 septembre 2011 au 31 juillet 2012

L'ADT a accueilli 7 stagiaires en 2012 (7 en 2011 et 14 en 2010), dont 2 à cheval sur 2012 et 2013.

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 2012, une épargne de 166,43 jours cumulés par 13 salariés, représentant un montant (toutes charges comprises) de 46.283,20 € (en 2011 : 133,30 jours, 11 salariés, 37.545 €).

Organigramme au 1^{er} janvier 2013

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

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
--

DEVELOPPEMENT – MARKETING TERRITORIAL (ETP : 9,17)			
Stratégie des territoires (ETP : 4,26)			
Référénts territoriaux :			
. Piémont de Saverne – Alsace Bossue : Frédéric BIEBER (ETP : 0,90) 03 88 15 45 61			
. Alsace du Nord : Laetitia CONNAN-G'STYR (ETP : 0,64) : congé parental à temps partiel (non remplacée) 03 88 15 45 67			
. Communauté Urbaine de Strasbourg : Charline DELHAUTAL (ETP : 1) : en congé formation (non remplacée) 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			
Coopération touristique (ETP : 0,60)			
Transnationale (ETP : 0,20)	Tranfrontalière (ETP : 0,30)	Maison de l'Alsace (pm)	Massif des Vosges (ETP : 0,10)
Dimitri LETT (ETP : 0,20) 03 88 15 45 65	Frédéric BIEBER (ETP : 0,10) 03 88 15 45 61 Christian FLEITH (ETP : 0,20) 03 88 15 45 95		Christian FLEITH (ETP : 0,10) 03 88 15 45 95

DEVELOPPEMENT – EDITIONS DE CONTENUS ET DIFFUSION DE L'INFORMATION (ETP : 4,37)	
Editions généralistes (ETP : 1,00)	Thématiques (ETP : 1,46)
Christian FLEITH (ETP : 0,10) 03 88 15 45 95 Caroline KIEFFER (ETP : 0,90) 03 88 15 45 96	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
Editions dématérialisées (ETP : 0,85)	TIC (ETP : 1)
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 : 0,04) 03 88 15 45 82	Olivier GIHR (ETP : 1) 03 88 15 45 84

DEVELOPPEMENT – DEMARCHES DE QUALIFICATION (ETP : 4,26)		
Hébergement-Restoration (ETP : 1,25)	Démarche Qualité – Labellisation (ETP : 2,66)	Fleurissement (ETP : 0,35)
Marie BARBERO (ETP : 0,35) 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) 03 88 15 45 63 Sandrine SEHR (ETP : 1) 03 88 15 45 69 Denise ZINDEL (ETP : 0,66) 03 88 15 45 97	Marie BARBERO (ETP : 0,35) 03 88 15 45 68

Organigramme au 1^{er} janvier 2013 (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 : 2)
Catherine LEHMANN (ETP : 1) 03 88 15 45 92
Hakima RACHID (ETP : 1) 03 88 15 45 94

COMMERCIALISATION (ETP : 3,00)
Laetitia LAEMMEL (ETP : 1) 03 88 15 45 60
Diana CILIENTO (ETP : 1) 03 88 15 45 85
Fabrice GALLIOT (ETP : 1) 03 88 15 45 86

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 : 28 personnes - Total effectif équivalent temps plein (ETP) : **26,12**