



**2141 - Agence de développement
touristique du Bas-Rhin**

**Agence de Développement Touristique
du Bas-Rhin : contrat d'objectifs 2014**

Rapport n° CP/2014/375

Service gestionnaire :

Direction développement économique, territorial et international

Résumé :

Le présent rapport a pour objet de soumettre à la commission permanente du Conseil Général le contrat d'objectifs de l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin, qui détaille le plan d'action pour l'exercice 2014 et les moyens alloués.

Le programme d'actions 2014 de l'ADT est construit dans un esprit de continuité par rapport aux chantiers structurants engagés les années précédentes et d'innovation. Il est résolument mis au service de la Stratégie Touristique Alsace 2012-2014 et au bénéfice de la priorité de communication arrêtée pour 2014 (châteaux forts et lieux de mémoire).

Il tient compte de la volonté résolue du Conseil Général du Bas-Rhin de prolonger et d'amplifier les missions d'expertise et d'accompagnement au bénéfice des territoires et des entreprises. Cette orientation forte est assortie de l'exigence de se placer au service des visiteurs, des clients, tant dans une perspective de conquête que de fidélisation et ce au niveau de la Destination Alsace, seule réellement lisible et compréhensible.

La construction budgétaire tient compte des disponibilités financières contraintes de la collectivité départementale. Elle intègre, au demeurant, de nouvelles missions confiées par le Département à l'ADT, en tant qu'organisme reconnu pour son expertise de terrain.

Le budget tient également compte de la nécessaire évolution des enjeux territoriaux, des mutations des métiers du tourisme et des médias. A ce titre, il intègre le rôle d'animateur de réseaux d'acteurs dévolu à l'ADT du Bas-Rhin, mission qui n'est pas sans impacter son budget (SlowUp 2014, réseaux des châteaux d'Alsace, mission web et multimédias pour le Massif des Vosges) et à terme ses statuts.

Eléments budgétaires 2014

Le projet de budget 2014, adopté par le Conseil d'Administration en octobre 2013, s'élève à **2.939.100 €**, la contribution départementale s'établissant à :

- **2.688.000 €** au titre du **fonctionnement de l'Agence**, dotation maintenue par rapport à celle de 2013
- **45.000 €** pour **l'organisation de l'édition 2014 du SlowUp Alsace**.

Les **autres recettes 2014**, d'un montant de **206.100 €**, sont constituées par :

- la **vente de marchandises en dépôt-vente** et la **production vendue** à hauteur de **17.600 €** ;
- les **partenariats** pour un montant de **32.600 €** ;
- des **aides financières (85.000 €)** ;
- **d'autres produits**, estimés à hauteur de **70.900 €**.

Les chiffres de ce 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 (labellisations,

opérations transfrontalières, instruction des demandes d'aides financières pour le compte du Conseil Général, etc.), mais d'importantes charges en personnel.

Territoires

La stratégie des territoires, mise en place dès 2007, permet avec l'équipe des référents territoriaux d'animer le réseau des acteurs touristiques locaux en organisant des rencontres thématiques régulières et en favorisant les échanges d'expériences. Des enveloppes spécifiques ont également été attribuées pour permettre d'aller jusqu'à la mise en œuvre d'actions concrètes en application de politiques départementales et régionales. Il en est ainsi par exemple de la signalisation touristique routière, de l'oenotourisme et de la taxe de séjour.

L'approche territoriale permet à l'ADT de témoigner d'une expertise-métier reconnue qui positionne l'agence en tant qu'accompagnateur des projets territoriaux (y compris dans la réorganisation des missions au niveau local), de conseil aux acteurs locaux (projets d'investissements et de mise en marché, ou porteurs d'innovations tels que le SlowUp, le réseau des châteaux forts, l'itinérance pédestre, le tourisme à vélo, etc.).

Cette approche territoriale intègre tout naturellement une dimension transfrontalière et transnationale.

Editions et filières thématiques

Les publications et actions de développement de filières poursuivent un double objectif :

- d'une part, faire connaître les fondamentaux de la notoriété touristique alsacienne, les organiser pour créer des visites thématiques, voire des itinéraires,
- d'autre part, 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 partie intégrante de plans d'actions pluriannuels et sont réalisées à travers des opérations d'animation, de mobilisation et d'organisation des partenaires. Dans toute la mesure du possible, les éditions thématiques sont réalisées dans le cadre du partenariat interdépartemental. La production de contenus est également orientée au bénéfice des priorités arrêtées au titre de la Stratégie Touristique Alsace 2012-2014

Développements et qualifications

Dans un contexte concurrentiel fort, l'enrichissement de l'offre territoriale passe nécessairement par des actions dans le domaine de la qualification comme en atteste les missions relatives :

- aux efforts de consolidation des entreprises touristiques, en contribuant à l'amélioration de leur compétitivité et à l'optimisation de la qualité de l'accueil (intégrant l'instruction et l'administration des aides du Conseil Général en faveur des entreprises touristiques),
- au classement des hébergements chez l'habitant et aux labellisations (villes et villages fleuris, stations vertes, Clévacances, Tourisme et Handicap, Camping qualité, Logis, etc.).

Promotion de la Destination

Elaboré en concertation avec Haute-Alsace Tourisme et l'ex CRT Alsace (aujourd'hui Agence d'attractivité de l'Alsace), le projet de programme de manifestations à vocation "grand public" sur les marchés prioritaires et de proximité est complété par le renforcement des actions auprès des organisateurs de voyages, des rencontres professionnelles (workshops) et salons en collaboration avec Atout France et la nouvelle agence régionale d'attractivité, des éducateurs et démarchages, des opérations de communication et de relations presse et enfin par l'accompagnement financier de démarches collectives privées.

Mise en marché et orientations stratégiques commerciales

L'ADT a décidé de ne plus se placer au cœur du dispositif de commercialisation en qualité de vendeur. Elle a mis fin à l'activité de sa centrale de réservation. L'agence se repositionne ainsi dans ses missions de conseil, d'accompagnement et de développement en agissant directement ou en favorisant les synergies, en développant l'attractivité de la destination au travers de ses prestataires eux-mêmes, en animant (avec le RésOT) le réseau des Animateurs Numériques du Territoire (ANT), en participant à la création et en assurant la promotion de « week-ends et courts séjours en Alsace », etc.

Communication

Le plan de communication tient compte de la Stratégie touristique Alsace et intègre des actions complémentaires et concertées avec l'ADT du Haut-Rhin et l'ex CRT. Il accompagne et fait connaître les différentes initiatives prises par l'ADT et par ses partenaires.

Lors de sa réunion du 14 avril 2014, la Commission de l'économie, de l'emploi et du tourisme s'est prononcée favorablement.

Je vous demande de bien vouloir adopter le projet de délibération suivant :

La commission permanente du Conseil Général, statuant par délégation et sur proposition de son président, approuve le contrat d'objectifs de 2014 de l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin annexé à la présente délibération. Elle autorise par ailleurs son président à signer l'avenant à intervenir à la convention financière.

Strasbourg, le 20/05/14

Le Président,

A blue ink signature, appearing to be 'Guy-Dominique KENNEL', written over a light blue rectangular background.

Guy-Dominique KENNEL