



**214 - Plan de développement
touristique du Bas-Rhin**

**Montée en puissance de la stratégie de
développement du tourisme en Alsace**

Rapport n° CG/2015/4

Service Chef de file :

Direction développement économique, territorial et international

Service(s) associé(s) :

Résumé :

Le présent rapport a pour objet de soumettre à l'approbation de l'assemblée délibérante la prorogation sur les années 2015 et 2016 de la stratégie de développement du tourisme en Alsace, portée conjointement par la Région Alsace et les départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, afin de permettre sa montée en puissance et son appropriation par l'ensemble des acteurs publics et privés du tourisme alsacien, en résonance avec les évolutions institutionnelles à venir.

1. Les éléments de contexte pour une prolongation de la stratégie unique de développement du tourisme en Alsace 2012-2014

L'entrée en application de nouveaux textes législatifs sur la modernisation de l'action publique territoriale (Loi MAPAM¹) et les discussions en cours autour de la réforme des collectivités territoriales tant pour ce qui concerne les périmètres géographiques que ceux des compétences (Loi NOTRe²), les évolutions institutionnelles en matière d'organisation touristique au niveau régional ou l'émergence des Contrats de destination sont autant de nouveautés ou de perspectives d'évolution qui impactent les conditions de mise en œuvre de la Stratégie touristique arrêtée en juin 2012.

A ce jour, le tourisme reste une compétence partagée, à l'instar de la culture et du sport.

Les expériences engagées et à confirmer (Pass Alsace, slowUp, etc.), les processus de coopération et les réseaux à consolider (réseau des châteaux et cités fortifiées d'Alsace, stratégie interrégionale en faveur de l'économie touristique du Massif des Vosges, coordination des animateurs numériques territoriaux –ANT-, projet Upper Rhine Valley, etc.) ou les mutations en matière de qualité de l'accueil, sont autant de moyens de renforcement de l'action publique dans les filières touristiques.

Enfin, l'exiguïté des voies de financement des collectivités doit inciter à l'émergence d'initiatives favorisant les mutualisations et les projets collaboratifs.

Aussi est-il jugé pertinent, pour renforcer l'économie touristique des territoires et permettre à l'Alsace de défendre sa position privilégiée dans l'échiquier des Destinations de séjour, de prolonger les axes prioritaires retenus pour la période 2012-2014 sur deux années supplémentaires.

La prorogation de la Stratégie touristique Alsace jusqu'en 2016 présenterait, au demeurant, l'avantage de faciliter l'approfondissement des thématiques qui identifient l'image de l'Alsace et singularisent son offre, d'aborder des priorités jusqu'ici peu développées, faute d'initiatives, et de conforter les missions en terme d'organisation territoriale et de mise en marché.

¹ Loi du 27 janvier 2014 de modernisation de l'action publique territoriale et d'affirmation des métropoles (MAPAM)

² Loi portant sur la nouvelle organisation territoriale de la République (NOTRe)

Enfin, compte tenu du fait que l'élaboration d'une stratégie concertée, avec ses étapes d'analyse, d'échanges et d'approbation, nécessite de six mois à un an, la perspective de l'engagement d'un tel chantier s'avèrerait opportune d'ici à mi 2016, c'est-à-dire une fois le rapprochement des Régions actuelles opéré au sein de la nouvelle grande Région et la mise en route effective de l'Eurométropole strasbourgeoise concrètement engagés.

Ce calendrier pourrait a priori parfaitement correspondre avec celui de la définition d'un futur schéma des destinations touristiques que propose la loi pour la nouvelle entité régionale.

2. Une économie touristique qui reste porteuse en Alsace

L'économie touristique reste porteuse en Alsace. L'Observatoire régional du tourisme a dénombré 12 millions de touristes et 24 millions de nuitées en 2013 en Alsace. L'économie touristique se distingue malgré une conjoncture économique dégradée. Augmentée des 6 millions d'excursionnistes, cette filière de l'économie alsacienne (non délocalisable) représente 1,8 milliard € dépensés par ces 18 millions de visiteurs et 36 000 emplois directs, soit environ 5 % d'emplois régionaux). Le chiffre d'affaire global de 1,8 milliards € généré par les entreprises touristiques produit une fiscalité de 48 M€ au bénéfice des collectivités au sein de la région.

La note de 8.8/10 sur l'échelle de satisfaction des visiteurs enregistrée par l'Alsace se fonde sur les valeurs qui composent l'image projetée au lointain par cette Destination touristique, à savoir principalement les paysages, les sites et villages, l'accessibilité, le confort et la propreté des hébergements. Les autres valeurs de l'Alsace –authenticité, excellence, innovation, humanisme, ouverture sur le monde- reconnues à l'échelle internationale complètent cette image qu'il convient impérativement de préserver et d'entretenir.

3. Le contexte d'une stratégie unique de développement du tourisme en Alsace

Construite à l'échelon de la destination touristique Alsace, tout en tenant compte des spécificités locales et départementales, la Stratégie de développement du tourisme en Alsace adoptée par la Région Alsace et les Départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin, ainsi que leurs agences de tourisme respectives, participe à la vitalité et au dynamisme de l'économie touristique.

Novatrice, la démarche l'a été à plus d'un titre, avec une réflexion et une mise en œuvre sur la durée, le souci du partage des grands objectifs. La procédure participative (rassemblant une centaine d'experts et d'acteurs locaux autour d'ateliers), un fort investissement de nombreux partenaires autour des projets, ont été autant de facteurs de réussite.

Depuis son lancement en juillet 2012, la stratégie de développement du tourisme en Alsace 2012-2014 a permis de concrétiser les actions, d'amplifier les initiatives, de tenir les engagements et de fortifier l'ambition collective portée par l'ensemble des collectivités.

Mise en place jusqu'en décembre 2014, elle s'est construite autour d'ateliers participatifs structurés et thématiques. Les principaux enjeux et les objectifs ont été développés et débattus collectivement dans le cadre de Comités de Pilotage et de Comités Techniques.

L'ensemble des protagonistes, au premier rang desquels les collectivités locales, s'est entendu pour que cette stratégie devienne une réalité pour tous les acteurs sur le terrain, en déployant opportunément les champs de compétences de toutes les structures impliquées pour aboutir à des actions concrètes.

Cette stratégie partagée entre tous les partenaires entend « soutenir et dynamiser l'économie touristique alsacienne » (enjeu n° 1), « promouvoir la destination Alsace » (enjeu n° 2) « développer harmonieusement le tourisme sur tout le territoire » (enjeu n° 3), « développer les atouts et le potentiel touristique de l'Alsace » (enjeu n° 4) et « renouveler les fondamentaux par la créativité et l'innovation » (enjeu n° 5).

4. Un point d'étape de la stratégie qui encourage sa montée en puissance

Un premier point d'étape de la stratégie peut déjà être établi (annexe jointe). Il conforte l'idée que, pour permettre sa montée en puissance, traduite concrètement par des actions sur notre territoire, une prolongation de deux ans s'avèrerait pertinente.

La stratégie est présentée sur la base de cinq enjeux majeurs, nécessaires à un développement cohérent du tourisme. Ces enjeux sont déclinés en onze objectifs qui ne sont pas hiérarchisés.

1er enjeu : Soutenir et dynamiser l'économie touristique alsacienne

Objectif 1 : s'inscrire dans une démarche globale de qualification de l'offre marchande

2e enjeu : Promouvoir la destination Alsace

Objectif 2 : construire une stratégie de séduction en multipliant les prescripteurs

Objectif 3 : développer le tourisme d'affaires et de congrès

3e enjeu : Développer harmonieusement le tourisme sur le territoire alsacien

Objectif 4 : promouvoir l'accessibilité douce, l'écotourisme et le tourisme durable

Objectif 5 : optimiser l'accueil et l'organisation territoriale du tourisme

Objectif 6 : faire de l'Alsace une destination vélo de premier choix

4e enjeu : Développer les atouts et le potentiel touristique de l'Alsace

Objectif 7 : renforcer la mise en tourisme de l'Alsace, comme terre de mémoire pour une Europe plus humaniste

Objectif 8 : miser sur les savoir-faire d'excellence et les traditions pour se différencier des régions concurrentes

Objectif 9 : s'appuyer sur les grands sites et le patrimoine castral pour une meilleure diffusion de la clientèle sur les territoires

5^e enjeu : Créer et Innover – rajeunir les fondamentaux

Objectif 10 : miser sur la surprise, l'offre insolite et la créativité pour dynamiser l'image de la destination

Objectif 11 : valoriser l'excellence œnotouristique.

5. Des analyses qui complètent et enrichissent la stratégie touristique partagée

L'avis du CESER sur l'amélioration de l'accueil des touristes, les conclusions des Assises régionale et nationale du tourisme, la démarche Alsace 2030, les contrats de destination (Tourisme d'affaires, Massif des Vosges, Grande Guerre) viennent approfondir et consolider les objectifs prioritaires de la stratégie touristique Alsace.

En clôture des Assises du Tourisme a été affirmée la nécessité de conforter la place de la France au premier rang des destinations touristiques mondiales. L'objectif fixé est d'atteindre 100 millions de visiteurs par an, surtout d'augmenter le montant des recettes générées par le secteur et de créer 500.000 emplois supplémentaires d'ici 2030.

Pour ce faire, cinq priorités ont été ciblées : mieux vendre la destination France ; lisser les inconforts qui gênent les touristes (obtention de visa) ; retrouver le sens de l'hospitalité ; être offensif dans le numérique, nouvelle donne incontournable du tourisme ; aider plus de Français à partir en vacances.

Parmi la trentaine de mesures également énoncées à cette occasion, plusieurs rejoignent les priorités inscrites dans la stratégie touristique Alsace :

- développer l'offre touristique à l'international autour de pôles d'excellence : gastronomie/œnologie ; montagne/sport ; écotourisme/itinérance ; tourisme autour des savoir-faire ; tourisme urbain/nocturne ;

- promouvoir les destinations touristiques en s'appuyant sur des marques territoriales solides pour créer le « désir de France » ; développer l'e-tourisme et l'accès gratuit au WIFI dans les lieux très touristiques ; etc.

Nombre de ces actions font également écho à l'avis rendu le 3 octobre 2013 par le Conseil économique, social et environnemental régional (CESER Alsace) sur la saisine du Président du Conseil Régional d'Alsace « Comment améliorer l'accueil des touristes : un enjeu de compétitivité et d'attractivité pour l'Alsace ? ».

Optimiser l'organisation régionale et territoriale, agir sur la formation et l'emploi, améliorer l'information et la commercialisation pour diversifier la clientèle et définir des priorités en termes de développement pour des filières touristiques précises (tourisme d'affaires et de congrès, tourisme culturel ; activités touristiques de sport et de nature) constituent des marges d'amélioration et des préconisations d'optimisation identifiées par le CESER.

Lancée à l'initiative du Conseil Régional d'Alsace, la démarche prospective intitulée « Alsace 2030 » suggérait les objectifs suivants à moyen et long termes :

- affirmer le tourisme comme levier de développement économique,
- rendre l'Alsace plus accessible,
- clarifier et moderniser la gouvernance du tourisme,
- poursuivre la valorisation des atouts de l'Alsace qui font son identité,
- innover en diversifiant l'offre et les cibles touristiques.

Ainsi, la feuille de route proposée pour l'horizon 2030 pourrait se décliner comme suit :

- pour le court terme : développer les actions marketing sur des cibles de niches et spécifiquement vers les agglomérations ; réaliser une étude approfondie sur les attentes / besoins des familles et des jeunes ; s'ancrer dans le m-tourisme ; développer l'interprétation du patrimoine via les outils numériques en mobilité ; développer une offre insolite ;
- à moyen et long termes : mieux articuler les interventions des acteurs institutionnels et des opérateurs privés ; mutualiser davantage les moyens (offices de tourisme, agences) ; fédérer et professionnaliser par des labels et la création de produits combinés ; développer l'offre gratuite ou low cost ; mettre en place une structure de gouvernance unique.

Concrètement en Alsace, les démarches de mutualisation des missions touristiques locales, liées à l'évolution des intercommunalités ou à une meilleure compréhension des enjeux de l'économie touristique, d'une part, et les efforts liés à la mise en réseau des opérateurs touristiques locaux (réseau des châteaux et cités fortifiées d'Alsace, réseau des animateurs numériques d'Alsace, expérimentation du Pass Alsace, etc.), d'autre part, sont autant de progrès qui participent de la mise en œuvre de la stratégie régionale.

La création en mars 2014 de l'Agence d'attractivité de l'Alsace devrait également y contribuer.

Enfin, les différents textes portant réforme de l'organisation territoriale des acteurs publics en France devraient modifier en profondeur les voies et moyens d'aborder le développement de l'économie touristique (émergence de l'Eurométropole, Pôles d'équilibre des territoires ruraux, etc.).

6. Deux années complémentaires pour permettre sa parfaite exécution

Dans le contexte général rappelé ci-dessus, le Groupe de travail tourisme (GTT), associant les élus représentants des collectivités départementales et régionale, de même que des structures institutionnelles du tourisme qui en dépendent, a proposé de prolonger de deux ans, soit jusqu'au 31 décembre 2016, la stratégie touristique en cours.

Considérée comme un vecteur de montée en puissance de la stratégie, cette prolongation laisserait la possibilité pour certains thèmes de bénéficier d'une véritable campagne annuelle de communication ou d'être développés et mis en œuvre plus efficacement.

Ainsi, si l'année 2012 a permis de mettre en relief « l'Alsace à Vélo », 2013 l'oenotourisme avec la célébration des 60 ans de la Route des vins et 2014 la thématique « Mémoire et châteaux forts », 2015 pourrait être réservée aux grands événements culturels et aux sites emblématiques (millénaire de la Cathédrale de Strasbourg, réouverture du Musée Unterlinden à Colmar, etc.), 2016 pouvant être consacrée à l'écotourisme dans le prolongement des appels à projets de la Région Alsace et du Massif des Vosges, ainsi qu'aux savoir-faire d'excellence et aux métiers d'art (Route des arts du feu, Centres d'interprétation du patrimoine –CIPP-).

En outre, cette période de montée en puissance de la stratégie devrait privilégier une plus grande implication des socioprofessionnels, la consolidation des réseaux et des divers outils mis en place au cours des dernières années (Pass Alsace, réseau des châteaux et cités fortifiées, Front des Vosges, etc.).

Enfin, étant donné le temps nécessaire aux démarches collectives et les adaptations du contexte institutionnel, l'année 2016 serait également dédiée à la préparation de la future stratégie touristique régionale pour les années à venir.

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

Sur proposition de la commission de l'économie, de l'emploi et du tourisme, et en accord avec la commission des finances et des affaires générales, le Conseil Général décide :

- d'approuver la prolongation sur les deux années à venir de la stratégie de développement touristique pour l'Alsace structurée autour des onze objectifs rappelés dans le bilan de la stratégie tourisme 2012-2014 joint en annexe, et ce afin de permettre sa montée en puissance, avec une échéance finale au 31 décembre 2016 ;*
- d'assurer la mise en oeuvre des actions prévues dans cette stratégie de développement du tourisme prolongée jusqu'au 31 décembre 2016 ;*
- de financer les actions retenues dans la limite des budgets annuels alloués au développement et à la promotion du tourisme, et en fonction de l'implication des autres partenaires;*
- de donner délégation à la commission permanente pour l'exécution et le suivi de la stratégie de développement touristique pour l'Alsace ainsi prolongée.*

Strasbourg, le 11/02/15

Le Président,

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

Guy-Dominique KENNEL