

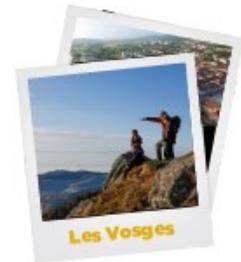


**La Lorraine**



# Réunion d'information des pactes de destination

PACTES DE  
DESTINATION



# 1- Une même définition pour tout le monde



## Éléments de langage à partager

- La destination: périmètre touristique validé par la Région.
- Le pacte de destination : contrat passé entre la Région et les partenaires de chaque destination.
- Le conseil de destination : organe de gouvernance de type Assemblée Générale qui réunit tous les partenaires. Se réunit au minimum une fois par an.
- Le comité de destination : organe de gouvernance de type Conseil d'Administration. Se réunit au moins 3 fois par an pour voter les actions à mettre en œuvre.
- Le comité technique de destination: organe informel qui réunit les techniciens du CRT, des ADT et des OT pour préparer les plans d'actions et structurer leurs mises en œuvre.
- Structure de portage : organisme qui engage les financements.
- Manager de destination : personne qui pilote le pacte de destination.

# Les pactes de destination : une orientation stratégique du SRDT 2018-2023

- **Les destinations** : une logique qui sort des organisations administratives.
- **Les destinations** : ou comment passer d'une logique de territoire à une logique de marque de destination.
- **Les destinations** : un bien commun, un projet commun, qui n'est la propriété d'aucune organisation et d'aucune structure.
- **Les destinations** : une vision coopérative, une démarche collaborative.
- **Les destinations** : plusieurs maîtres d'ouvrage possibles mais une seule stratégie et un seul plan d'actions.
- **Les destinations** : une nouvelle manière d'appréhender l'organisation touristique en région Grand Est. Une stratégie qui se rapproche du principe des DMO (Destination management organisation).

# Les périmètres des destinations

- **L'Alsace** : les départements 67 et 68
- **L'Ardenne** : département 08 + B,L
- **La Champagne** : Totalité des départements 10, 51 et 52 et AOC Champagne.
- **La Lorraine** : Les départements 54, 55, 57 et 88
- **Les Vosges** : périmètre Massif (CGET), département 88 (marketing de la montagne été/hiver)

Retrouvez les objectifs de croissance de chaque destination  
(page 41 à 73) ici:

<https://www.grandest.fr/wp-content/uploads/2018/04/3srdt-diagnostic-perspectives.pdf>

# En synthèse :

- 1- Enjeu d'une **organisation efficace**  
(meilleure collaboration entre acteurs publics et privés)
  
- 2- Enjeu de **management des équipes techniques**  
(nouveau cadre de travail à inventer)
  
- 3- Enjeu de **gouvernance**  
( se rapprocher du partenariat public- privé si souvent souhaité)
  
- 4- Enjeu de **performance**  
(déploiement des plans de croissance)

## 2- Les pactes de destination



# Les pactes de destination

- Un pacte, c'est un contrat entre la Région et les différents partenaires engagés dans la destination.
- Le contrat n'engage les différents partenaires que dans **le domaine du marketing**. Dans la mise en œuvre d'une stratégie et d'un plan d'actions marketing de la destination.
- Un pacte de destination est **défini par** :
  - Une marque de destination (elles existent, il faut capitaliser dessus);
  - Des objectifs de croissance;
  - Une stratégie marketing;
  - Un plan d'actions;
  - Un budget ad hoc;
  - Une gouvernance ad hoc;
  - Une équipe technique;
  - Un site portail.

# Les pactes de destination

- Les signataires des pactes de destination sont : La Région et son CRT, les Départements et leurs CDT, les métropoles, les intercommunalités et leurs offices de tourisme, les groupements d'acteurs privés locaux et/ou départementaux et/ou régionaux, les acteurs privés....

*Remarque : ne sont signataires des pactes de destinations que les co-financeurs du plan d'actions.*

# Les pactes de destination

- Les pactes et les contrats de destination Atout France ne doivent faire qu'un.
- Les premiers pactes sont signés pour 3 ans (2019,2020, 2021).
- Chaque année, les pactes doivent faire l'objet d'une évaluation dont les modalités et les principes sont à définir.

# 3- Le financement des pactes de destination



# Principes de financement

Financement des pactes de destination  
=  
financement des actions.

Les frais de fonctionnement restent à la charge des structures.

# La mobilisation financière du Conseil régional

- Elle est égale à l'addition des budgets d'actions des exercices 2018 de l'Agence d'Attractivité de l'Alsace, du CRT Champagne-Ardenne et de Lorraine Tourisme, soit environ 5 millions d'euros.

La Région souhaite atteindre **la parité entre le financement du Conseil régional et les financements des partenaires.**

Remarque : 20% de la somme affectée à chaque destination sera versé sous la forme d'une « prime » si les principes de co-financement des acteurs privés sont respectés.

# En synthèse

La participation de la Région ne peut pas être envisagée comme une subvention versée à une structure.

La réussite des destinations dépendra de l'ambition de co-financement de chacun des acteurs.

Cette vision coopérative ne doit pas gommer pour autant les spécificités de chaque territoire.

# Quelques exemples d'opérations menées dans le cadre de destinations



# FRAMISSIMA

**650** €<sup>\*</sup>  
TTC

PAR PERS. 7 NUITS EN TOUT COMPRIS  
AU DÉPART DE LYON

**Revivez les  
1001 nuits en 7 jours  
au FRAMISSIMA  
Les Idrissides  
à Marrakech.**

**FRAM**

VOUS ÊTES BIEN EN VACANCES

Marrakech  
AU MAROC



Toutes nos offres en agence de voyages

**ici aussi,  
on regarde les gens de haut**

**BRETAGNE** <sup>BE</sup>  
PASSEZ À L'OUËST



[passezalouest.bzh](http://passezalouest.bzh)



**LE CANADA  
POUR TOUT  
LE MONDE**





## «PROFESSEURS» DE BONHEUR

*Des rencontres qui font du bien*

*Centenaire 14-18*

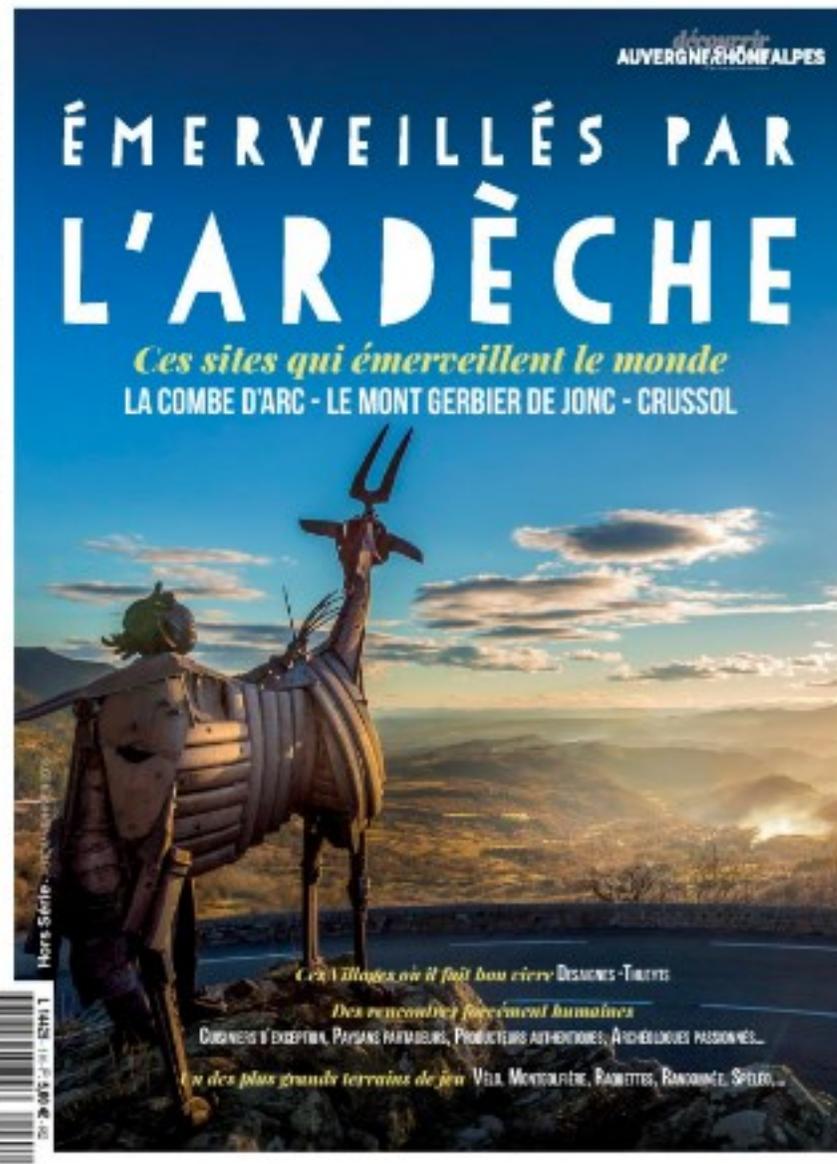
**SOUS UN AUTRE ANGLE (n°2)**

## EN FAMILLE

*10 week-ends pour divertir  
les enfants et détendre les parents*

# BAINS DE NATURE

**Un besoin inscrit au plus  
profond de nous**





Destinations ▲

Excursions ▼

Expériences ▼

États

Villes

Parcs



La région Pacifique

Alaska

Californie

Hawaï

Oregon



L'Ouest

Colorado

Idaho

Montana

Nevada

Utah



Le Midwest

Dakota du Nord

Dakota du Sud

Illinois

Indiana

Iowa



Le Sud-Ouest

Arizona

Nouveau-Mexique

Oklahoma

Texas



Le Sud-Est

Alabama

Arkansas

Caroline du Nord

Caroline du Sud

Floride



Le Nord-Est

Connecticut

Delaware

État de New York

Maine

Maryland



Territoires des États-Unis

Samoa Américaines

Les Îles Vierges

Guam

Îles Mariannes du Nord



# Arizona

## L'époustouflant Grand Canyon

Jim Greer



1 sur 10

### Principaux aéroports:

Sky Harbor/Phoenix (PHX)

Tucson (TUS)

### Surnom:

L'État du Grand Canyon



## L'Arizona et ses expériences inoubliables

Road trips, sensations fortes en pleine nature, vacances revigorantes et cuisine locale exceptionnelle... L'Arizona propose une grande variété d'aventures toutes plus passionnantes les unes que les autres. Découvrez des paysages exaltants, tels que le majestueux Grand Canyon National Park et le désert de Sonora. Séjournez dans une chambre d'hôte pittoresque ou une auberge historique, ou faites-vous plaisir en louant une chambre dans un complexe

# 4- Gouvernance des pactes de destination



# Principes de gouvernance

La gouvernance des pactes de destination ne fait pas référence au pilotage d'une structure, mais bien au pilotage des stratégies marketing et du plan d'actions de chaque destination.

C'est une approche très innovante qui oblige à tout inventer.

**« innover c'est penser à côté »**

# Principes de gouvernance

Pas de création de structure, mais un appui sur des structures existantes dont la mission sera d'engager le financement des plans d'actions.

=> différence à faire entre gouvernance des pactes de destination et gouvernance des structures d'appui.

La future Agence Régionale du Tourisme Grand Est aura, parmi ses missions, la coordination des pactes de destination.

Une conférence des pactes de destination se réunira une fois par an pour partager les informations relatives à chaque pacte et échanger sur les bonnes pratiques.

# Principes de gouvernance des pactes de destination

La gouvernance des pactes de destination s'entend comme suit :

- **Conseil de destination** = regroupe tous les co-financeurs. (On ne peut pas être dans la gouvernance des pactes de destination si on n'est pas co-financeur).
- **Comité de destination** = proposition suivante :
  - 1/3 représentants Région
  - 1/3 représentants autres acteurs institutionnels
  - 1/3 représentants acteurs privés
- **Présidence du conseil et du comité** : principe de co-présidence à valider.
- **Comité technique** : regroupe tous les techniciens des différents organismes locaux de tourisme en charge de la mise en œuvre.
- **Manager de destination** : c'est le technicien qui manage l'équipe technique. Le manager est logiquement salarié de la structure d'appui retenue.

# En synthèse

La gouvernance la plus aboutie devrait tendre vers celle des coopératives.

**Le projet coopératif, c'est le pacte de destination.**

Une approche de type Destination Management Organisation (DMO) à l'anglo-saxonne qui initie une approche public/privé.

# 5- Calendrier de mise en oeuvre des pactes de destination



# Calendrier

Avril-Mai	Présentation des principes des pactes (5 réunions)
Mai Juin	Travail des équipes techniques pour définir les priorités marketing – validation des comités techniques.
Début septembre	Présentation des priorités des plans d’actions pour chaque pacte de destination
Fin septembre	Présentation des positionnements et des priorités marketing dans le cadre de la conférence des destinations qui validera les plans d’actions, les budgets (dont les principes de cofinancements) et les structures d’appui.
Fin Octobre	Présentation des contrats (première rédaction) aux partenaires
Novembre 2018	Signature des pactes de destination
Décembre 2018	Premiers conseils de destination des pactes

# Echangeons sur cette stratégie

