



Pas-de-Calais
Mon Département

**RAPPORT D'ACTIVITÉ
DES ÉTABLISSEMENTS PUBLICS
ET ORGANISMES ASSOCIÉS
(EPOA)**

PAS-DE-CALAIS TOURISME
AGENCE DE DÉVELOPPEMENT ET DE RÉSERVATION TOURISTIQUES

PAS-DE-CALAIS
TOURISME



Nouveau Tourisme – Nouveaux Horizons

**ANNÉE
2021**





Éditorial du Président du Conseil départemental du Pas-de-Calais

Au service des territoires et de ses habitants, le Département et les Etablissements Publics et Organismes Associés (EPOA) se mobilisent quotidiennement afin de mettre en œuvre un service public de qualité auprès des usagers dans une volonté de proximité et de développement des territoires.

Cela se traduit d'abord par un budget global d'1,79 milliard en 2021 qui conforte la présence des services publics sur l'ensemble du territoire en maintenant les politiques publiques départementales, obligatoires et volontaristes.

Cela se traduit également dans un dialogue permanent avec l'ensemble des partenaires, au niveau départemental et dans les territoires.

La présentation du rapport d'activité des EPOA est l'occasion de valoriser et de saluer les actions qu'ils mènent tout au long de l'année,

En 2021, l'ensemble des Etablissements Publics et Organismes Associés ont encore été particulièrement impactés par la crise sanitaire et ses nombreuses conséquences, chacun dans leur domaine, qu'il s'agisse d'action sanitaire, médico-sociale, de culture, de sport, de tourisme...

Pour autant, par leur professionnalisme et leur engagement, et grâce au soutien actif du Département, ces EPOA ont su s'adapter, pour pallier les difficultés et accompagner au mieux les populations au quotidien, dans une relation de proximité et de solidarité maintenue auprès de nos concitoyens.

Tout au long de cette période difficile, les EPOA et le Département ont démontré combien les liens de collaboration étroits et constants sont une condition essentielle d'une action publique locale efficace et agile, plus que jamais nécessaire dans les périodes d'incertitude.

Ces liens partenariaux étroits seront des points d'appui essentiels pour une pleine implication des EPOA dans la démarche d'élaboration du nouveau projet de mandat en 2022. « Construisons ensemble notre Pas-de-Calais ».

Jean-Claude LEROY

Président du Conseil départemental du Pas-de-Calais



Éditorial du Président de l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques

En 2021, le retour des touristes étrangers se fait attendre, la reprise est timide. Dans l'hôtellerie, les établissements du Pas-de-Calais perdent un quart de leur fréquentation par rapport à 2019.

En 2021, nos marchés européens de proximité sont absents, les modalités de voyages restent compliquées et incertaines. Les visiteurs en Pas-de-Calais sont français : à 61 % des Hauts-de-France et à 33 % d'Ile-de-France. Les sites touristiques payants sont fermés jusqu'au mois de mai, la fréquentation de Nausicaà augmente néanmoins de 75 813 visiteurs par rapport à 2020, ce qui donne une petite idée de l'ampleur du rebond.

Pas-de-Calais Tourisme et la Direction de la Communication du Département communiquent ensemble sur le réseau d'affichage départemental, dans la presse et sur les réseaux sociaux dans un élan de solidarité avec les professionnels du tourisme et les habitants du Pas-de-Calais.

Les tendances des clientèles évoluent, on préfère les voyages de proximité, le partage, les expériences uniques et inoubliables, la chaleur de l'accueil à des destinations lointaines qui rassurent moins. Le pouvoir d'achat est un réel frein.

Les clés de réussite de la sortie de cette crise résident toujours dans l'entretien et la construction de réseaux de professionnels, la montée en compétence, l'innovation, la veille et l'évaluation.

C'est l'objectif que nous poursuivons dans le cadre de la stratégie « Grandir Ensemble » sur les cinq années qui viennent.

Philippe DUQUESNOY

Président de Pas-de-Calais Tourisme



Nouveau Tourisme – Nouveaux Horizons

MISSIONS

Créée dès 1965 à l'initiative du Conseil départemental, l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques du Pas-de-Calais développe l'attractivité touristique dans le contexte d'une compétence partagée entre la Région, le Département et le bloc communal, au regard de la loi portant sur la Nouvelle Organisation Territoriale de la République.

Basée à Wimille, l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques (ADRT) rayonne sur l'ensemble du Pas-de-Calais. Depuis 2012 et l'inauguration du musée du Louvre-Lens, la mission d'ingénierie Autour du Louvre-Lens est venue renforcer l'équipe.

Organisme associé du Département, l'Agence de Développement et de Réservation Touristiques du Pas-de-Calais prépare et met en œuvre les politiques d'aménagement, de développement et de promotion touristiques du Département. L'Agence Pas-de-Calais Tourisme est organisée sous forme d'association loi 1901 depuis sa création.

Pas-de-Calais Tourisme contribue au développement des territoires en aidant à leur organisation touristique, en accompagnant les porteurs de projets, en assurant le suivi des politiques en matière d'aides à l'hébergement, en proposant des formations ou séances de créativité aux personnels des offices de tourisme et aux socio-professionnels.

L'Agence mène des actions de promotion, de communication et de commercialisation auprès du grand public et des professionnels du tourisme en France, en Grande-Bretagne, en Belgique et aux Pays-Bas.

Afin de renforcer le positionnement du Pas-de-Calais comme destination incontournable, Pas-de-Calais Tourisme affirme son identité et valorise ses 3 territoires :

- ◆ Grande Côte d'Opale ;
- ◆ Campagne & Marais ;
- ◆ Autour du Louvre-Lens.

Ce positionnement sert 3 ambitions :

- ◆ Exceller dans l'accueil de nos visiteurs et satisfaire leur envie d'expériences inoubliables ;
- ◆ Parfaire l'accompagnement des acteurs publics et privés du tourisme ;
- ◆ Apporter aux territoires de destination des compétences qui complètent utilement celles existantes localement.

Ce faisant, Pas-de-Calais Tourisme renforce l'attractivité départementale et contribue positivement à l'enrichissement de l'offre touristique de la destination régionale Hauts-de-France.

MISSIONS PRINCIPALES :

- ◆ Mise en réseau des acteurs touristiques : les équipements, les offices de tourisme, les hébergements ;
- ◆ Mise en œuvre de projets européens dans le cadre des programmes transfrontaliers Interreg ;
- ◆ Promotion de la destination via les éditions : guide et carte touristique du Pas-de-Calais... et le Web : réseaux sociaux, sites grand-public et dédié aux professionnels ;
- ◆ Relations presse multi-marchés ;
- ◆ Commercialisation de produits groupes via la centrale de réservation Résa 62 ;
- ◆ Développement des filières randonnée, cyclotourisme, golf, tourisme de mémoire, gastronomie... ;
- ◆ Accompagnement des porteurs de projets ;
- ◆ Animation du réseau des « Greeters ».

CONVENTION AVEC LE DÉPARTEMENT :

Pas-de-Calais Tourisme agit dans le cadre d'une « convention d'objectifs et de partenariat 2017 – 2021 » signée avec le Département.

Cette convention renvoie à la délibération du Conseil départemental en date du 27 septembre 2016 : « Politique Tourisme du Département ».

La délibération précise l'objectif que le Département entend donner à l'activité du tourisme, « facteur d'attractivité du Pas-de-Calais ».

Le tourisme ainsi développé et promu par Pas-de-Calais Tourisme est « un tourisme durable et de qualité ».



ORGANISATION

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE PAS-DE-CALAIS TOURISME

Le conseil d'administration, composé d'un maximum de 26 membres de droit est organisé en 3 collèges :

- ◆ Un collège des membres désignés par le Conseil départemental du Pas-de-Calais : 13 conseillers départementaux sont ainsi désignés, dont le président, M. Philippe DUQUESNOY et M. Bertrand PETIT, Vice-président en charge du tourisme ;
- ◆ Un collège des membres représentant les professionnels du tourisme, composé de 7 membres désignés parmi les organismes socio-professionnels, dont un représentant des CCI territoriales, l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie, la Fédération Départementale de l'Hôtellerie de Plein-Air, les Comités Départementaux de la Randonnée Pédestre et du Cyclotourisme. Ils disposent chacun d'une voix délibérative ;
- ◆ Un collège des territoires, composé de 6 membres désignés et disposant chacun d'une voix délibérative : le Président du Comité Régional du Tourisme et des Congrès Hauts-de-France, 5 offices du tourisme désignés au sein de la Commission d'Animation des Offices du Tourisme, à raison de 3 administrateurs et de 2 cadres.

MOYENS FINANCIERS ET RESSOURCES HUMAINES

En 2021, le Département subventionne le fonctionnement et les actions de l'Agence Pas-de-Calais Tourisme à hauteur de 2 424 700 €. L'Agence optimise la portée de ses budgets et actions par :

- ◆ Des partenariats avec les socioprofessionnels, les offices du tourisme et les intercommunalités du département ;
- ◆ A l'échelle régionale, par la définition de convergences entre les Agences de Développement et de Réservation Touristiques de la Somme, de l'Aisne, de l'Oise et du Nord et le Comité Régional du Tourisme et des Congrès Hauts-de-France ;
- ◆ Par des appels à projets européens à l'échelle de la Belgique, des Pays-Bas, de la Grande-Bretagne ;
- ◆ Avec l'Etat, par le renouvellement en juillet 2018 du contrat de destination « Autour du Louvre-Lens ».

UNE ÉQUIPE DE 25 SALARIÉS, ORGANISÉE EN 4 PÔLES

Direction :

- ◆ Diana HOUNSLOW, directrice ;
- ◆ Céline TRIPLET, assistante de direction ;
- ◆ Sébastien TRUQUET, responsable administratif et financier.

Pôle ingénierie & développement :

- ◆ Jean-Marie JUTS, directeur-adjoint ;
- ◆ 5 collaboratrices ;
- ◆ 1 responsable de projets, 2 chargées de développement de l'hébergement et classement des meublés de tourisme, 1 technicienne pour les projets européens, 1 animatrice du réseau des offices de tourisme.

Pôle marketing :

- ◆ Valérie SOBIERAJSKI, responsable du pôle marketing ;
- ◆ 11 collaborateurs : 2 chargés d'accueil, 2 chargées de réservation, 5 chargés de marchés (France, Benelux, Grande-Bretagne, groupes), 1 web master, 1 community manager.

Mission Louvre-Lens Tourisme :

- ◆ Norbert CROZIER, chef de projet ;
- ◆ 3 collaboratrices : 1 assistante du chef de projet, 1 chargée de communication, 1 manager du programme créatif et innovation touristique.

Comité de direction :

- ◆ Diana HOUNSLOW;
- ◆ Jean-Marie JUTS;
- ◆ Valérie SOBIERAJSKI;
- ◆ Norbert CROZIER;
- ◆ Sébastien TRUQUET.



BILAN DES ACTIONS

Afin de répondre au renforcement de la notoriété et de l'image du département, Pas-de-Calais Tourisme a mené des opérations de promotion déclinées sous les 3 destinations :

- ◆ Grande Côte d'Opale ;
- ◆ Campagne & Marais ;
- ◆ Autour du Louvre-Lens.

ACTIONS MARKETING TRANSVERSALES

Les enjeux de la promotion sont de plusieurs ordres :

- ◆ accroître l'attractivité de la destination Pas-de-Calais ;
- ◆ capter de nouvelles clientèles pour de courts ou moyens séjours ;
- ◆ fidéliser les amoureux du département.

Les marchés prioritaires sont :

- ◆ en fidélisation sur les bassins de clientèles connus : Hauts-de-France ; Belgique ;
- ◆ en conquête sur des bassins de clientèles moins courtisés jusqu' alors : Grand-Est, Normandie, Pays-Bas ;
- ◆ en reconquête sur des bassins en déclin : Grande-Bretagne.

Pour ce faire, les actions conduites en 2021 ont été :

- ◆ les éditions et la diffusion (papier et numérique) du guide, de la carte touristiques et du guide rando-cyclo ;
- ◆ l'animation des sites Internet et réseaux sociaux destinés au grand public et aux professionnels du tourisme ;
- ◆ l'intensification des relations avec les médias, presse et influenceurs ;
- ◆ commercialisation.

CAMPAGNE & MARAIS

◆ GO TRADE (INTERREG)

En cette dernière année du projet, Pas-de-Calais Tourisme, en partenariat avec la Communauté de communes du Pays de Lumbres, a développé des vidéos promotionnelles pour valoriser les savoir-faire locaux et des hébergeurs engagés dans l'accueil des visiteurs.

◆ RURALITÉ (INTERREG)

Les dîners insolites ont pour but de valoriser dans un lieu inhabituel, le savoir-faire d'un chef et les produits locaux du Pas-de-Calais, de la Flandre et de la Belgique.

3 dîners insolites ont été organisés :

- ◆ « la grande roue » à Berck-sur-Mer avec 140 personnes, dîner proposé par Tony et Stello LESTIENNE (La Matelote) ;

- ◆ « piano aux fourneaux » avec 80 personnes, prestation proposée par le chef Paul BALESENE ;
- ◆ « les pieds dans la paille, la tête dans les étoiles » avec 150 personnes, manifestation proposée par Paul BALESENE.



L'année 2021 a également permis la formation d'une vingtaine de chefs sur les thématiques du positionnement marketing de leur établissement et de la rentabilité de l'assiette.

◆ BCHT : BIO CULTURAL HERITAGE TOURISM (INTERREG)

Pas-de-Calais Tourisme a travaillé au développement d'offres de tourisme responsable d'une réserve de biosphère – « Les visages du marais » - et à leur promotion au cours de l'été 2021. Au total, 30 offres ont été proposées autour de la découverte du marais audomarois par 17 prestataires. Même si le programme a eu une belle couverture médiatique, la mauvaise météo et l'obligation du pass-sanitaire sont venus perturber le succès de l'opération. Ce sont toutefois 2 000 prestations qui ont été vendues avec un taux de satisfaction de quasi 100 % pour toutes les activités proposées.



L'année 2021 a vu la fin du projet BCHT. Pas-de-Calais Tourisme a participé à l'organisation de l'événement de clôture en proposant une visite à distance du marais grâce à une série de vidéos valorisant les atouts de la destination.

◆ EXPERIENCE (INTERREG)

Une enquête auprès des professionnels du tourisme a révélé des besoins en montée de compétence en numérique, en développement d'une offre expérientielle, en tourisme responsable. Une fois les besoins mieux identifiés, un plan de formation a été lancé avec un niveau débutant et un niveau avancé. Cela répond aux besoins d'un public plus large et permet d'envisager une progression pour ceux qui le souhaitent.

Au total ce sont 21 personnes formées en 2021 sur 3 modules : photos ; vidéos ; connaître les outils et les usages des réseaux sociaux. Les formations seront proposées jusqu'en mars 2023.

◆ C-CARE : UN PROJET INTERREG AXÉ SUR LA RELANCE POST PANDEMIE

En 2021 Pas-de-Calais Tourisme a saisi l'opportunité de répondre à un appel à projets dans le cadre du programme INTERREG V France Manche Angleterre sur la relance post COVID.



Sous le pilotage de Kent County Council, le projet « Covid Channel Area Response Exchange - C-CARE », octroie un financement de 100 % pour des actions consacrées à la relance.

Pas-de-Calais Tourisme a engagé en 2021 un travail d'accompagnement pour le secteur des Hôtels, Cafés, Restaurants.

AUTOUR DU LOUVRE-LENS

L'année 2021, au-delà des projets accompagnés, a été l'occasion de formaliser la démarche design, avec le concept de « design tourisme lab », et notre positionnement par rapport à l'écosystème régional. Une démonstration grandeur nature de valorisation de l'accompagnement de la mission ALL de Pas-de-Calais Tourisme a été déployée dans le cadre de l'événement « Upernoir ».

2021, c'est aussi l'aboutissement de l'Action de Développement des Emplois et des Compétences (ADEC) par la gamification. Un Serious Game est désormais proposé aux personnels en situation d'accueil, en collaboration avec les Opérateurs de Compétences (OPCO) et l'Etat.

◆ L'ACCOMPAGNEMENT DES PORTeurs DE PROJET PAR LA DÉMARCHE DESIGN

Plusieurs actions ont été menées :

- ◆ La formalisation du concept du Design Tourisme Lab ;
- ◆ La participation à la « France Design Week » en septembre par la valorisation de la démarche ALL dans l'implantation de l'hôtel du Louvre-Lens ;
- ◆ La signature de la convention avec Louvre-Lens Vallée (LLV) pour engager un partenariat autour de l'innovation et de la créativité touristiques ;

- ◇ La participation aux ateliers stratégiques de la Communauté d'agglomération de Lens-Liévin pour définir le futur positionnement de LLV ;
- ◇ L'adhésion et la participation aux ateliers du réseau national France Tourisme Lab ;
- ◇ La construction et l'organisation du Challenge Léonard en novembre à Lens sur trois sites : le musée du Louvre-Lens, le stade Bollaert-Delelis, Louvre-Lens Vallée.

◆ LE FOOD LAB

Appui au concept et à la programmation du projet de Food Lab en lien avec le Campus des Métiers et des Qualifications Tourisme Innovation et la Communauté d'agglomération de Lens-Liévin. Notre expertise s'est principalement portée sur le volet culinaire, l'intégration du concept ALL et le projet de cuisine, porté par le Chef Alexandre GAUTHIER. Notre participation au projet s'inscrit dans le cadre du contrat de rayonnement touristique et le Programme d'Investissement d'Avenir.

Suivi opérationnel du projet de l'Auberge de la Coulotte à Avion (espace de restauration, aménagement de chambres-appartements) via un dispositif design et la levée de fonds auprès de la Région.

◆ L'ÉVÈNEMENTIEL

UPERNOIR : en juin 2021 ont été créés des parcours d'expériences à l'échelle de la destination Autour du Louvre-Lens pour mettre en avant la création et la démarche design avec l'ensemble des partenaires. Le collectif Upernoir, ce sont 70 partenaires publics et privés, 45 métiers de bouche, 7 offices de tourisme, les équipements culturels et touristiques. La programmation sur un mois a été bâtie autour de 4 expositions construites avec le territoire, de 10 nouvelles expériences à vélo mixant l'expérience sportive à l'expérience culinaire et des ateliers créatifs autour de la sérigraphie et de la photographie, 39 expériences culinaires avec les restaurateurs, brasseurs, artisans et maraîchers.



◆ LES FÊTES DE LA SAINTE-BARBE

Appui à la communication et à la promotion de l'évènement et réalisation du temps de remerciement des mécènes avec une expérience culinaire sur le site du 11/19.

◆ LA COOPÉRATIVE ALL

Constitution de la SCIC : rédaction des contrats et des statuts, formalisation de la future organisation et de son business model avec l'appui de l'URSCOP, de la Mission ESS du Département du Pas-de-Calais et de Pas-de-Calais Actif.

L'année 2021 a permis le développement des partenariats et la recherche de futurs sociétaires ainsi que l'écriture du cahier des charges du futur site e-commerce.

Un stand ALL a été installé et animé au stade Bollaert-Delelis dans le cadre de la 6^e édition du Salon International des Métiers d'Art en novembre. 150 artisans d'art étaient présents.



INGÉNIERIE AUPRÈS DU DÉPARTEMENT

Les principales collaborations avec les services du Département ont concerné :

- ◆ contribution de l'Agence Pas-de-Calais Tourisme aux travaux du comité technique du Plan Départemental des Espaces Sites et Itinéraires. 2021 a été une année exceptionnelle après l'année blanche 2020, puisque ce sont 10 sites qui ont été expertisés par le comité technique. Pas-de-Calais Tourisme est par ailleurs membre de la Commission départementale réinstallée le 13 décembre 2021 ;
- ◆ collaboration avec la Mission Attractivité des Territoires pour les avis sur les projets touristiques de portage public : deux projets ont été suivis en 2021 ;
- ◆ sollicitation par la plateforme Ingénierie62 pour des projets touchant au domaine du tourisme : 4 sollicitations en 2021 ;
- ◆ participation aux travaux sur le bilan de la politique cyclable du Département et à la définition des perspectives pour le prochain Plan vélo départemental ;
- ◆ Pas-de-Calais Tourisme participe aux études engagées par le Département dans le contexte du projet EXPERIENCE sur la mise en tourisme de la vélo-route N° 362 « Au fil de l'eau » et du GR 121.

INGÉNIERIE AUPRÈS DES PORTEURS DE PROJETS

◆ DE NOUVEAUX OUTILS D'ACCOMPAGNEMENT

L'offre, notamment d'hébergement, continue sa progression dans le département. Chaque année, Pas-de-Calais Tourisme accompagne une cinquantaine de porteurs de projets privés, dont la moitié bénéficie d'un suivi complexe à raison de 2 à 4 rencontres.

Si l'ensemble de l'offre des services d'accompagnement est présenté sur le site Pro de l'Agence Pas-de-Calais Tourisme, l'accès aux données touristiques a été considérablement amélioré par la publication :

- ◇ des chiffres-clés du tourisme départemental ;
- ◇ du suivi de la qualité du parcours-client par enquête tous les 2 ans de TCI RESEARCH ;
- ◇ la publication de 8 rapports territoriaux sur l'offre et la fréquentation des hébergements locaux.



Via la Plateforme des organismes de Tourisme Hauts-de-France, Pas-de-Calais Tourisme a répondu à l'appel à manifestation d'intérêt pour faire bénéficier les hébergeurs et les restaurateurs du Fonds Tourisme Durable, géré par l'ADEME, dans la mutation des entreprises vers un tourisme plus responsable. Cinq porteurs de projet ont été accompagnés grâce à ce dispositif en 2021. L'objectif est fixé à 10 accompagnements jusque fin 2022. Il est en phase d'être largement dépassé.

◆ QUALIFICATION DE L'OFFRE

Pas-de-Calais Tourisme accompagne les prestataires touristiques dans la qualification de leur offre. En 2021 :

- ◇ 232 meublés de tourisme ont été classés par l'Agence. Au 31 décembre, le département comptait 1 444 meublés classés ;
- ◇ 5 chambres d'hôtes ont été qualifiées Chambres d'hôtes référence ;
- ◇ 27 visites conseil et d'évaluation ont été réalisées dans le cadre de la marque Tourisme & Handicap, en collaboration avec l'Association des Paralysés de France. L'Agence Pas-de-Calais Tourisme préside la commission régionale d'attribution de la marque : 2 commissions ont eu lieu en 2021 et une réunion des évaluateurs de la marque.

INGÉNIERIE AUPRES DES EPCI

« Grandir Ensemble : Pas-de-Calais Tourisme & les intercommunalités ». Les objectifs de cet accompagnement des EPCI (où s'exerce principalement la compétence tourisme) sont les suivants :

- ◆ inscrire la stratégie du territoire dans le cadre départemental pour gagner en cohérence, en puissance et en attractivité ;
- ◆ redéfinir la stratégie touristique territoriale orientée « clients » en s'appuyant et en partageant le résultat du Schéma d'Accueil et de Diffusion de l'Information (SADI) et faire adhérer le plus grand nombre d'acteurs locaux du tourisme ;
- ◆ déterminer le rôle et les missions de l'office de tourisme ;
- ◆ définir la feuille de route de la stratégie touristique territoriale.

La définition de cette « stratégie territoriale de développement touristique durable », une fois présentée aux élus, est réalisée en collaboration avec l'équipe technique de l'office de tourisme, à laquelle il revient de travailler sur les outils SADI et PILOT. L'ensemble de ces séances de travail sont accompagnées par l'Agence Pas-de-Calais Tourisme.

A l'issue de ces travaux, les résultats en sont partagés avec les élus et les acteurs privés et publics du tourisme. L'écriture de la stratégie territoriale du tourisme intervient à cet instant-là. Cet accompagnement permet un partage le plus optimal possible depuis le diagnostic jusqu'au plan d'actions.

ACCOMPAGNEMENT DU RÉSEAU DES OFFICES DE TOURISME

◆ PILOTAGE DE LA PLATEFORME COLLABORATIVE DES OFFICES DE TOURISME AUTOUR DU LOUVRE-LENS

Différents groupes de travail ont été mis en place pour préparer les actions marketing et de communication (plan 2021-2022) en lien direct avec l'équipe marketing de Pas-de-Calais Tourisme, sur les thématiques suivantes : « sport & nature », les tour-opérateurs culturels, la presse, Oui.SNCF. Il s'agit de s'assurer de la cohérence entre les acteurs locaux et Pas-de-Calais Tourisme et ainsi d'optimiser la visibilité de la destination. Ces actions ont notamment permis de toucher plus de 15 millions de contacts en audience cumulée ainsi que 182 000 € de contre-valeur publicitaire.

◆ PARTICIPATION À LA PLATEFORME RÉGIONALE DES ORGANISMES DE TOURISME

Pas-de-Calais Tourisme contribue au fonctionnement de la POT' Hauts-de-

France par le pilotage du domaine d'activités stratégiques : « Amplifier les projets » au sein duquel on retrouve notamment la plateforme « Du Pot'ager à la table ».

◆ ACCOMPAGNEMENT VERS LA MARQUE QUALITÉ TOURISME™

7 offices de tourisme ont été accompagnés avec succès par l'Agence Pas-de-Calais Tourisme en 2021 :

- ◆ deux pour leur 1^{ère} obtention : OT Boulonnais Côte d'Opale, OT Montreuillois Côte d'Opale ;
- ◆ cinq OT marqués QUALITÉ TOURISME™, pour leur audit intermédiaire : OT Berck-sur-Mer, OT Calais Côte d'Opale, OT Camiers Sainte-Cécile, OT Etaples-sur-Mer, OT du Touquet-Paris-Plage.

PARTICIPATION À LA POLITIQUE RÉGIONALE DU TOURISME

Au cours de l'année 2021, la cellule régionale a été réunie 2 fois afin de donner un avis pour un total de 25 projets, en majorité des projets d'hébergement privés, en sollicitation d'une aide régionale, (dispositif Priorités Régionales d'Intervention Touristique). Neuf de ces projets concernent une implantation dans le Département du Pas-de-Calais.

ACCOMPAGNEMENT DES FILIÈRES

◆ LE CYCLOTOURISME

Edition de la carte « EUROVELO 4 - Baie de Somme - Côte d'Opale - Côte Belge » à 20 000 exemplaires et diffusée essentiellement pour répondre aux demandes des visiteurs sur place. Pas-de-Calais Tourisme travaille sur un site Internet dédié à la thématique de l'itinérance pédestre et vélo.



Le comité d'itinéraire LA VELOMARITIME a organisé ses 2^{èmes} rencontres professionnelles en visio-conférence pour les régions françaises traversées par l'EV4 : Hauts-de-France, Normandie, Bretagne.

ACCUEIL VELO, est le référentiel national de l'accueil des touristes à vélo, et la marque peut être proposée à plusieurs catégories d'acteurs professionnels touristiques et du vélo. En 2021, Pas-de-Calais Tourisme a conseillé et attribué la marque à 7 équipements.

◆ LE GOLF

Les actions de promotion ont été prioritaires sur les marchés français et belge pour attirer une nouvelle clientèle, la clientèle britannique étant encore absente sur les parcours en 2021. Ces actions ont généré la commercialisation de 252 golf-pass.

◆ LA RANDONNÉE PÉDESTRE

Les actions 2021 :

- ◆ édition d'un nouveau guide sur la randonnée pédestre en collaboration avec le Département ;
- ◆ insertions publicitaires pour promouvoir le nouveau guide rando ;
- ◆ abonnement à la plateforme Cirkwi : mise en ligne d'une trentaine de parcours téléchargeables depuis le site de Pas-de-Calais Tourisme ;
- ◆ réalisation et mise en ligne de nouveaux reportages de la série « les Sacados en rando » avec la mise en place d'un questionnaire pour créer et fidéliser une « communauté Sacados ».

◆ LE TOURISME DE MÉMOIRE

L'Agence Pas-de-Calais Tourisme soutient le tourisme de mémoire, et les principales opérations en 2021, ont été :

- ◆ la participation au Club France World Wars Heritage avec les ADT de l'Aisne, de la Meuse et de la Somme : actions communes sur les marchés britannique et nord-américain auprès des agents de voyages, tour-opérateurs, autocaristes et journalistes ;
- ◆ la publication d'un publi-reportage dans France Today Magazine ;
- ◆ l'organisation de 3 webinaires avec les tour-opérateurs Experiences et Eurobound à destination de 180 agents de voyages américains ;
- ◆ l'organisation d'un éducteur pour 6 TO américains en septembre au Louvre-Lens et à Arras.

◆ FLEURIR LE PAS-DE-CALAIS

L'opération « Fleurir le Pas-de-Calais » a remporté en 2021 un beau succès avec une participation de 171 communes et la mobilisation d'environ 350 habitants.

Les conseillers, jardiniers et élus, ont sillonné le département du 22 juin au 21 juillet pour échanger avec les communes participantes et encourager les meilleures pratiques. 70 communes ont été primées.

TRAVAUX EN COURS ET PERSPECTIVES 2022

L'Agence Pas-de-Calais Tourisme conforte son nouveau positionnement stratégique :

« PAS-DE-CALAIS TOURISME : nouveau tourisme – nouveaux horizons »



PROMOTION TOURISTIQUE DES TROIS DESTINATIONS notamment via les projets européens

Les actions marketing auront pour objectifs de fidéliser et capter de nouvelles clientèles de courts séjours, toujours plus sensibles à la qualité du parcours-client :

◆ Campagne & Marais

- ◆ RURALITE : coachings individuels des chefs qui le souhaitent jusque mars. Organisation d'un atelier collectif sur le design culinaire;
- ◆ EXPÉRIENCE : Une première campagne de communication autour des offres expérientielles permettra de tester le concept auprès de nos clientèles. Elle sera suivie d'une campagne d'envergure à l'automne 2022 et au printemps 2023 après ajustement des offres si nécessaire.



◆ Autour du Louvre-Lens

- ◆ Finalisation et dépôt du dossier de candidature à Europe Créative pour le projet « Storytooling », méthode d'inclusion des jeunes sans emploi par le patrimoine post-industriel, laboratoire de création de nouveaux récits patrimoniaux. Le but est de permettre aux jeunes de se réappropriier le patrimoine par l'expérimentation et la diversité ;
- ◆ Déploiement de la stratégie culinaire à l'échelle de ALL et du Département du Pas-de-Calais ;
- ◆ La création d'expériences et la consolidation d'actions issues ou inspirées par Upemoir ;
- ◆ L'appui à la programmation du Food Lab et participation à la Région Européenne de la Gastronomie via le design culinaire ;
- ◆ La mise en œuvre et le déploiement du serious game.

◆ Les 3 destinations : C-CARE

Cet accompagnement permettra aux chefs d'entreprises touristiques d'envisager le repositionnement de leur activité au regard de l'évolution des comportements des clientèles suite à la pandémie mais aussi de réfléchir à la mise en place de mesures écoenvironnementales. L'objectif du projet est de mobiliser au moins 80 entreprises.

Parallèlement, il sera proposé aux personnes éloignées de l'emploi un parcours d'une dizaine de jours pour les sensibiliser aux métiers du secteur Hôtels-Restauration. Le secteur rencontre des problèmes de recrutement en raison des difficultés liées au travail du week-end et du soir notamment. Il est prévu la mise en place de 8 groupes de 8 à 12 personnes par groupe.

INGÉNIERIE AUPRÈS DU DÉPARTEMENT

Après la réinstallation de la Commission des Espaces, Sites et Itinéraires en décembre 2021, de nouveaux sites candidats sont attendus pour cette année 2022. L'Agence Pas-de-Calais Tourisme poursuivra son partenariat avec les services du Département.

Après la publication du guide : « Pas à pas vers une hôtellerie de plein-air durable et de qualité » en début d'année, l'équipe-projet composée de la direction du Grand Site de France Les Deux-Caps, du CAUE et du PNR Caps et Marais d'Opale proposera une méthode de déploiement de cet outil pour une utilisation optimale.

ACCOMPAGNEMENT DES PORTEURS DE PROJETS PRIVÉS

Le dispositif du Fonds Tourisme Durable géré par l'ADEME se poursuit, et l'Agence Pas-de-Calais Tourisme recrute toujours plus d'entreprises touristiques candidates pour ces fonds dédiés à la transition écologique. Ce dispositif de relance post-COVID-19 est par ailleurs prolongé, dans le cadre de Destination France, jusqu'en 2024.

Les projets INTERREG permettent de proposer des parcours, séances de formation, ateliers de créativité aux prestataires touristiques du département, sans précédent en qualité comme en quantité :

- ◆ Académies du Tourisme Durable, parcours de 10 jours d'accompagnement ;
- ◆ reprendre confiance en moi et dans la qualité de mon offre, sous un format de coaching individuel ;
- ◆ apprendre à rédiger pour le web ;
- ◆ comment bien utiliser les réseaux sociaux ;
- ◆ développer une offre expérientielle ;
- ◆ ateliers de créativité autour du tourisme expérientiel.

... / ...

ACCOMPAGNEMENT DES EPCI DANS LE DOMAINE DU TOURISME

L'Agence Pas-de-Calais Tourisme peut accompagner deux territoires (EPCI) par an à partir de son offre de services : « Pas-de-Calais Tourisme & les intercommunalités ». En 2022, le territoire de la Communauté d'agglomération des 2 Baies en Montreuillois est accompagné dans ce cadre : un rendu est programmé devant la Commission Tourisme à l'automne 2022.



ACCOMPAGNEMENT DES FILIÈRES

- ◆ sortie du site Internet rando-cyclo en Pas-de-Calais ;
- ◆ vélo : poursuite du déploiement de la marque ACCUEIL VELO, notamment autour de LA VELOMARITIME ;
- ◆ stratégies d'itinérance : plusieurs territoires définissent de véritables stratégies autour de l'écomobilité touristique, c'est le cas notamment d'ARRAS PAYS D'ARTOIS, dans le cadre du projet INTERREG EXPERIENCE : un comité de pilotage de présentation de la stratégie sera programmé à l'été 2022.

Glossaire :

Afin d'éclairer la lecture des éléments financiers de la structure présentée, le glossaire suivant est mis à votre disposition.

Besoin en fonds de roulement (BFR) : Ce ratio représente le montant que la structure doit financer afin de couvrir le besoin résultant des décalages des flux de trésorerie correspondant aux décaissements (dépenses) et aux encaissements (recettes) liés à son activité. Il est obtenu par la différence entre les actifs circulants (stocks, créances clients et autres tiers) et les dettes exigibles (fournisseurs, État, organismes sociaux, dettes court terme). Il mesure les ressources financières que la structure mobilise pour couvrir le besoin financier résultant des décalages des flux de trésorerie.

Capacité d'autofinancement (CAF) : Elle représente le montant de la trésorerie potentielle générée par les activités de la structure. Elle correspond à l'Excédent brut d'exploitation (EBE) augmenté des produits encaissables (entrées de trésorerie) et déduction faite des charges décaissables (sorties de trésorerie). Une CAF structurellement négative constitue un risque de défaillance et une mise en cessation de paiement de la structure.

Durée apparente de la dette : Cet indicateur de solvabilité mesure la capacité de désendettement de la structure. Ce ratio indique le nombre d'années nécessaire au remboursement de l'intégralité des emprunts et des dettes financières, en supposant que la structure y consacre toutes ses ressources disponibles. Ce ratio doit être comparé à la durée moyenne de vie des emprunts. Il est généralement admis qu'un ratio de désendettement de 10 à 12 ans est convenable, et qu'au-delà de 15 ans la situation économique et financière de la structure doit faire l'objet d'un suivi adapté au regard de ses activités.

Excédent brut d'exploitation (EBE) : Il mesure la ressource dégagée au cours d'une période par les activités de la structure d'exploitation, après paiement des charges de personnel des autres impôts sur la production, augmentée des subventions d'exploitation mais avant les dotations aux amortissements. Cet indicateur donne une vision objective de la rentabilité des activités de la structure et de son exploitation courante, sans prendre en compte sa politique d'investissement ni sa gestion financière. Cet indicateur doit être et demeurer positif à court et moyen terme.

Fonds de roulement (FDR) : Ce ratio correspond à l'excédent de capitaux permanents (capitaux propres augmentés des dettes long terme), par rapport aux emplois durables (immobilisations essentiellement), utilisé pour financer une partie des actifs circulants. Cet indicateur représente la valeur de la ressource durable disponible.

Indépendance financière (autonomie financière / poids de la dette) : Indicateur utilisé par l'analyse financière pour déterminer le niveau de dépendance de la structure vis-à-vis des financements extérieurs, notamment les emprunts bancaires. Plus ce ratio est élevé, plus la structure est dépendante des banques.

Ratio d'activité : Il mesure l'évolution du chiffre d'affaires de la structure d'une année par rapport à l'année précédente. Une valeur positive exprime un accroissement du chiffre d'affaires, tandis qu'une valeur négative en exprime la contraction.

Rentabilité des capitaux propres : Ce ratio parfois appelé ROE (Return On Equity) ou rentabilité financière ou rentabilité des fonds propres. Il représente la rentabilité des fonds investis par les membres, et mesure la capacité de la structure à générer des profits.

Résultat d'exploitation : Il représente les gains de la structure à travers l'exploitation habituelle de ses facteurs de production (incluant la totalité des moyens humains et matériels concourant à la réalisation des activités de la structure) avant déduction des éléments financiers et exceptionnels. Un résultat d'exploitation structurellement déficitaire présente un risque de défaillance à court ou moyen terme.

Résultat de l'exercice : Il est égal à la différence, entre d'une part le total des produits et, d'autre part le total des charges de l'année. Lorsque le résultat de l'exercice est positif, on parle d'excédent ou de bénéfice. Lorsqu'il est négatif, on parle de déficit ou de perte.

Taux de rentabilité net : Le taux de rentabilité net, exprimé en pourcentage, mesure la rentabilité de la structure en fonction de son chiffre d'affaires. Il met en évidence la profitabilité des activités. Le taux de rentabilité net est calculé en divisant le résultat de l'exercice par le chiffre d'affaires. Un taux usuel se situe entre 2% et 10%. Un taux négatif marque l'absence de résultat, tandis qu'un taux supérieur à 50% indique la présence d'autres ressources telles que des dotations ou des subventions.

Trésorerie en jours d'exploitation : Cet indicateur financier mesure la capacité de couverture des charges annuelles décaissables (dépenses payées au cours de l'exercice). Il indique le nombre de jours de trésorerie disponible servant à couvrir les charges décaissables. La couverture de 30 à 45 jours de charges décaissables est un standard. En deçà, la structure présente un risque de règlement des dettes, dans un délai convenable. Un ratio trop élevé témoigne d'un confort de trésorerie.

Valeur ajoutée : Elle correspond à la différence entre la valeur des produits (le chiffre d'affaires) et la valeur des achats faits pour exercer l'activité (marchandises, consommations intermédiaires : matières premières, services...).

Il y a création de « valeur » lorsque la valeur du produit obtenu est plus élevée que la somme des valeurs des consommations intermédiaires : la différence entre le prix de vente de son produit et la valeur totale des biens et services qu'elle a achetés et qui sont contenus dans ce produit (après transformation) représente la valeur ajoutée.

Agence de Développement et de Réservation Touristiques (ADRT)

FICHE D'IDENTITÉ

<p>• Forme juridique : association</p> <p>• Siège social : 26-28 route de la Trésorerie 62126 WIMILLE</p> <p>• Fonds propres : 1 030 853 €</p> <p>• Date de clôture : 31/12</p> <p>• Siret : 325 920 080 00042</p> <p>• Effectif moyen : 25 salariés</p> <p>• Présidente : Philippe DUQUESNOY (Conseiller départemental)</p> <p>• Directrice : Diana HOUNSLOW</p>	<p>Mission / Cœur de métier :</p> <p>L'agence a pour objet la préparation et la mise en œuvre de la politique touristique du Département.</p> <p>De manière plus précise, elle promeut et assure la mise en marché des destinations en s'appuyant sur les valeurs de chacune des trois grandes communautés de vie que sont la campagne, le bord de mer et l'ancien bassin minier. Elle contribue à assurer le développement harmonieux et qualitatif des territoires, et contribue à la mise en réseau et à la coordination des acteurs du tourisme.</p>
---	---

LIENS AVEC LE DÉPARTEMENT

<p>Niveau de représentation du Département :</p> <p>Représentation au Conseil d'Administration : 13 membres sur 26 (50%)</p> <p>Représentants du Département dans la structure :</p> <p>13 titulaires : Philippe DUQUESNOY, Bertrand PETIT, Jean-Luc DUBAËLE, Cécile YOSBERGUE, François LEMAIRE, Olivier BARBARIN, Benoit ROUSSEL, Brigitte PASSEBOSC, Maïté MULOT FRISICOURT, Philippe FAIT, Claude BACHELET, Etienne PERIN, Steeve BRIOIS</p>	<p>Contribution financière du Département :</p> <p>BP 2022 : 2 446 500 €.</p> <p>2021 : 2 424 700 €</p> <p>Conventions : Convention de mise à disposition d'un agent, convention d'objectifs et de partenariat 2017-2021, avenants de versement de la subvention annuelle.</p>
--	--

ACTIVITÉS

CHIFFRES CLÉS

<ul style="list-style-type: none"> ◆ Données économiques : Emplois touristiques 13 300 emplois directement touristiques, soit 25,2 % des emplois touristiques en Hauts-de-France. ◆ 97 381 lits marchands soit, une progression de + 2,5 % en un an. ◆ Données de fréquentation des équipements et sites : 3 929 536 visiteurs ont été accueillis dans les principaux équipements culturels, de loisirs et de nature du département (données 2021) ◆ TOP 3 des sites culturels : NAUSICAA (463 175 visiteurs); Musée du Louvre-Lens (223 931), LA COUPOLE et le planétarium-Helfaut (41 605). ◆ TOP 3 des sites de loisirs : Parc départemental d'Olhain (620 000 visiteurs) ; Parc des Iles à Hénilin-Beaumont (380 300) ; BAGATELLE (231 600). ◆ Données de l'ADRT : l'opération « Fleurir le Pas-de-Calais a rassemblé 171 communes participantes et la mobilisation d'environ 350 habitants. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Visites et conseils aux nouveaux porteurs de projets : environ 50 nouveaux opérateurs ont été accompagnés, dont 25 dans le cadre d'un suivi (plusieurs rencontres pour voir aboutir le projet) ◆ Accompagnement des prestataires : 46 équipements marqués Tourisme & Handicap; 13 équipements marqués Accueil Vélo ; 1 383 meublés classés ;196 meublés classés; 8 équipements ont été accompagnés dans le cadre du Fonds Tourisme Durable géré par l'ADEME. ◆ Réseaux sociaux : 140 800 abonnés ◆ 17 800 fiches sur DATATOURISME62, Système d'Information Touristique départemental ◆ Nombre de sessions sur les sites Web : 12 600 site groupes ; 80 150 site général ; 35 000 Autour du Louvre-Lens ; 10 533 mémoire ; pro du tourisme : 4 000 ; 10 000 résa62 ◆ Relations presse : 16 voyages de presse française et 30 articles ; 11 voyages de presse britannique et 25 articles .
---	---

PRINCIPAUX ÉVÈNEMENTS

<ul style="list-style-type: none"> ◆ La Côte d'Opale : Organisation de dîners insolites dans le cadre d'un programme INTERREG, dont un dans la grande roue de Berck-sur-Mer, rassemblant 140 personnes régalingées par les chefs Tony & Stelio Lestienne ◆ Vallées et marais : Clôture du programme INTERREG Biocultural Tourism Heritage : participation à l'organisation de l'évènement de clôture en proposant une visite à distance du marais audomarois, grâce à une série de vidéos valorisant les atouts de la réserve de biosphère ◆ Autour du Louvre-Lens : Organisation de l'évènement UPERNOIR, sous la forme de parcours d'expériences à l'échelle de la destination ALL pour mettre en avant la création et la démarche design avec l'ensemble de 70 partenaires locaux publics et privés.

ENJEUX ET PERSPECTIVES

<p>Réécriture de la convention pluriannuelle d'objectifs 2023-2027</p> <p>Campagne et Marais :</p> <p>En 2022 les coachings individuels des chefs qui le souhaitent se dérouleront jusque mars. Un atelier collectif sur le design culinaire prendra place au premier semestre. Une première campagne de communication autour des offres expérientielles permettra de tester le concept auprès de nos clientèles. Elle sera suivie d'une campagne à l'automne 2022</p> <p>Territoires accompagnés par Pas-de-Calais Tourisme :</p> <p>Il sera proposé aux offices de tourisme marqués QUALITE TOURISME™ une animation et des actions de formation pour travailler collectivement sur les points à améliorer, ce, dans la perspective du renouvellement de la marque qui interviendra pour la plupart en 2024.</p> <p>Accompagnement des filières touristiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> - développer une série de carnets de voyages venant décrire par tronçon d'une cinquantaine de kilomètres l'itinéraire et les offres en hébergements, restauration... - accueil de bloggeurs, influenceurs et journalistes pour promouvoir l'itinéraire et l'expérience vélo entre la France et la Belgique. <p>Autour du Louvre Lens :</p> <ul style="list-style-type: none"> - le déploiement de la stratégie culinaire à l'échelle de ALL et du Département du Pas-de-Calais; - le lancement de l'évaluation et des impacts du Louvre-Lens et du tourisme sur la destination ALL; - l'appui en collaboration avec la Mission Bassin Minier, de la qualification de l'itinérance par une meilleure signalétique et la création d'expériences à vélo; - l'accompagnement au développement de la Société Coopérative d'Intérêt Collectif ALL.

COMPTES EN EUROS

BILAN 2021		COMPTE DE RÉSULTAT 2021
Actif immobilisé : 43 840 €	Capitaux propres : 1 030 853 €	Chiffre d'affaires : 26 344 €
Actif circulant (hors trésorerie) : 470 711 €	Total des dettes : 443 638 €	Valeur ajoutée : - 1 512 338 €
Trésorerie : 1 113 906 €	Total du bilan : 1 713 248 €	Excédent brut d'exploitation : 342 927 €
RATIOS 2021		Résultat d'exploitation : 302 156 €
Indépendance financière (poids de la dette) : 2 %		Résultat financier : 5447 €
Durée apparente de la dette : 0 année		Résultat exceptionnel : -13 873 €
Rentabilité des capitaux propres : 28,5%		Résultat de l'exercice : 293 731 €
Taux de rentabilité net : 1115 %		Capacité d'autofinancement : 298 748 €
Ratio d'activité : 36,3 %		Total des produits : 3 367 706 €
Trésorerie en jours d'exploitation : 129 jours		Financement du Département (€ et %) : 2 724 700 € soit 90,47 %
Fonds de roulement : 1 224 218 €		
Besoin en fonds de roulement : 126 598 €		

Date de mise à jour des données : 20/06/2022



62 Pas·de·Calais
Mon Département

pasdecalais.fr •    