



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MASSIF DES VOSGES



Contrat de Destination Annuel 2015 Massif des Vosges

Version finale



CONTRAT DE DESTINATION « MASSIF DES VOSGES » 2015

ENTRE :

L'Etat – représenté par Monsieur Nacer MEDDAH, préfet de la région Lorraine, préfet de la zone de défense et de sécurité Est, préfet de la Moselle, nommé par décret du Président de la République du 31 mai 2012, ci après dénommé par l'"Etat "

La Région Alsace – représentée par Monsieur Philippe RICHERT, Président du Conseil Régional d'Alsace

La Région Franche-Comté – représentée par Madame Marie-Guite DUFAY, Présidente du Conseil Régional de Franche-Comté

La Région Lorraine – représentée par Monsieur Jean-Pierre MASSERET, Président du Conseil Régional de Lorraine

Le Département du Bas-Rhin – représenté par Monsieur Frédéric BIERRY, Président Conseil Départemental du Bas-Rhin

Le Département du Haut-Rhin – représenté par Monsieur Eric STRAUMANN, Président du Conseil Départemental du Haut-Rhin

Le Département de Haute-Saône, représenté par Monsieur Yves KRATTINGER, Président du Conseil Départemental de Haute-Saône

Le Département de Meurthe & Moselle, représenté par Monsieur Mathieu KLEIN, Président du Conseil Départemental de Meurthe & Moselle

Le Département de la Moselle, représenté par Monsieur Patrick WEITEN, Président du conseil Départemental de Moselle

Le Département du Territoire de Belfort – représenté par Monsieur Florian BOUQUET, Président du Conseil Départemental du Territoire de Belfort

Le Département des Vosges – représenté par Monsieur François VANNSON, Président du Conseil Départemental des Vosges

Ci-après dénommés ensemble les « Partenaires Financeurs »

VU :

- **Le Contrat-cadre de destination Massif des Vosges, signé officiellement le 16 décembre 2014 à Paris**
- **La validation du projet de Convention interrégionale du Massif des Vosges 2015-2020 en réunion du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation du 22 janvier 2015**
- **La validation du programme d'actions 2015 en réunions**
 - **du Comité Technique du Contrat de Destination du 28 janvier et du 25 mars 2015**
 - **du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation du (30 avril 2015)**

Il est convenu ce qui suit :

PREAMBULE :

En 2010, sous l'impulsion du Comité du Massif des Vosges, qui considère le tourisme comme une carte maîtresse pour le développement économique du Massif des Vosges, une stratégie touristique visant à promouvoir de manière plus ambitieuse la destination "Massif des Vosges" a été structurée autour de 5 filières (stations vallée, sites de visite, bien-être, itinérance, écotourisme). La concrétisation de cette stratégie touristique est rendue possible depuis 2011, grâce au soutien de l'Etat et des collectivités partenaires de la convention interrégionale du Massif des Vosges. L'inscription de cette mise en œuvre opérationnelle dans une démarche de Contrat de Destination est apparue comme un levier efficace pour promouvoir la destination Massif des Vosges au niveau national et international.

En 2014, un Contrat de Destination Massif des Vosges a donc été conclu pour une durée de 5 ans. Impulsés par l'Etat, les Contrats de Destination permettent de fédérer les acteurs publics et privés d'un même territoire autour de thématiques identifiées, pour créer une offre touristique cohérente et lisible, en France et à l'International, en prenant en compte l'ensemble des besoins et la volonté des acteurs locaux. Véritable outil de développement touristique, ils permettent de structurer, consolider et accélérer le développement des destinations touristiques. Ainsi, le contrat de destination rassemble autour d'objectifs communs :

- les partenaires financiers de la politique interrégionale du Massif des Vosges, à savoir l'État, les Régions Alsace, Franche-Comté et Lorraine, les Départements du Bas-Rhin, du Haut-Rhin, du Territoire de Belfort, de la Haute-Saône, des Vosges, de la Meurthe-et-Moselle et de la Moselle,
- les partenaires du Comité de promotion collective du Massif des Vosges, qui rassemble les structures de promotion touristiques régionales et départementales : Comité Régional du Tourisme de Lorraine, Comité Régional du Tourisme de Franche-Comté, Agence d'Attractivité de l'Alsace, Moselle Tourisme, Meurthe-et-Moselle Tourisme, Vosges Développement, Agence de développement touristique du Bas-Rhin, Haute-Alsace Tourisme, Destination 70 et Belfort Tourisme.
- les Parcs naturels régionaux des Vosges du Nord et des Ballons des Vosges,
- les Chambres de Commerce et d'Industrie du Massif des Vosges, représentant les acteurs privés de l'économie touristique,
- les Fédérations Régionales des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative d'Alsace, de Franche-Comté et de Lorraine,
- Atout France

Le Contrat de Destination Massif des Vosges vise le marché national et cinq marchés internationaux (l'Allemagne, la Belgique, le Luxembourg, les Pays-Bas et la Suisse). Il a pour objectif d'accroître le nombre de nuitées touristiques des clientèles française de 10% et de 15 % pour les clientèles étrangères, et l'emploi touristique de 5%, en complément, notamment, des activités industrielles) ».

Ainsi, les objectifs de ce contrat de destination rejoignent pleinement ceux des outils financiers de mise en œuvre de la politique du massif des Vosges, à savoir la Convention interrégionale du massif des Vosges 2015-2020 et l'axe interrégional massif des Vosges du PO FEDER-FSE Lorraine et Massif des Vosges.

Il est rappelé ci-après les objectifs et les moyens du Contrat-cadre de Destination Massif des Vosges.

Conformément à l'article 2 du Contrat-cadre, le présent document constitue le Contrat de Destination Annuel 2015, destiné à préciser les conditions de mise en œuvre des engagements énoncés ci-dessous en fixant le plan d'actions et le plan de financement 2015.

Article 1 – Les objectifs du Contrat Cadre de Destination à l’horizon 2018.

Le Contrat Cadre de Destination vise à renforcer la logique de Destination sur les différents territoires constituant le Massif des Vosges pour stimuler les flux de séjour, en particulier internationaux, et consolider l’emploi et les retombées économiques générées.

Par le présent Contrat de Destination, les Partenaires Signataires s’accordent à retenir les objectifs suivants :

- renforcer la stratégie touristique Massif des Vosges, telle que définie et la synergie des acteurs publics et privés concernés,
- favoriser la création et le maintien de l’emploi localement (+ 5%) en relais notamment des activités industrielles, et en portant une attention particulière à l’emploi saisonnier et à la pluriactivité,
- accroître les retombées économiques sur les territoires du massif, en substituant notamment à la clientèle d’excursionnistes une clientèle de séjour,
- accroître le nombre de nuitées nationales (+ 10%) et internationales (+ 15%),
- accroître la notoriété du Massif des Vosges et rendre son image plus visible, en passant notamment par une coordination des acteurs de la promotion touristique à l’échelle interrégionale afin de s’affranchir des limites administratives,
- renverser les logiques d’intervention en plaçant le client au cœur du dispositif,
- renforcer le dispositif d’évaluation existant afin notamment d’analyser l’impact économique des 5 filières ainsi que les retombées effectivement produites et d’effectuer les réajustements éventuellement nécessaires.

Article 2 – Contenu des actions 2015.

Pour la mise en œuvre des objectifs présentés, les Partenaires Signataires se sont engagés à mobiliser et/ou mutualiser des moyens humains, techniques et financiers pendant 5 ans à compter de la date de signature du Contrat Cadre de Destination afin d’optimiser leurs actions et de contribuer au développement économique de la destination.

Ceci suppose d’agir collectivement et de manière synchronisée. Ces moyens sont mobilisés au profit de quatre volets d’actions complémentaires et indissociables qui seront déployés simultanément.

- A : Volet structuration et qualification de l’offre
- B : Volet marketing, promotion et communication
- C : Intégration territoriale du tourisme
- D : Observation

Le programme d’actions 2015 est présenté en fiches actions organisées par volet du Contrat de Destination (voir annexe 1).

Article 3 – Pilotage

3.1 Comité de pilotage

Un comité de pilotage, réunissant les partenaires financiers du Contrat Cadre de Destination, a été mis en place. Sa composition s’appuie sur celle du comité de pilotage déjà mis en place pour la stratégie touristique du Massif des Vosges. Il se réunira autant de fois que besoin.

Les Partenaires Financeurs conviennent d’effectuer régulièrement un bilan des actions engagées, via ce comité de pilotage, afin d’une part d’ajuster les engagements de chacun au vu des résultats obtenus et d’autre part, ils conviennent par ailleurs de concourir ensemble à l’élargissement du nombre de partenaires concernés.

3.2 Comité technique

Ce comité technique assure le pilotage technique du Contrat de Destination annuel dans le cadre fixé par le comité de pilotage. Il est composé des représentants, au niveau technique, des partenaires signataires du Contrat Cadre de Destination.

Il met en œuvre les orientations collectives en matière de structuration et qualification de l’offre, de marketing et communication, de qualité de l’accueil et d’observation et assure la cohérence de ces différents volets.

3.3 Groupes de travaux opérationnels

Des groupes de travail opérationnels en lien avec les différents volets du présent Contrat Cadre, ou des commissions thématiques, en lien avec les 5 filières, sont mis en place autant que de besoin pour le suivi des actions décidées au titre du présent Contrat. Elles intègrent les différents Partenaires en fonction de leurs compétences.

3.4 Coordination

La coordination et l'animation du Contrat Cadre de Destination et de ses Contrats de Destination Annuels seront assurées par le Commissariat à l'aménagement, au développement et à la protection du Massif des Vosges.

Article 4 : Coût du programme 2015 et engagements financiers

Le coût total du programme d'actions 2015 s'élève à **1 046 585 €**. Le besoin de financement de ce programme, hors fonds FEDER Massif des Vosges, s'élève à **432 976 €**.

Les partenaires financiers du présent contrat s'engagent à contribuer au financement des actions inscrites au présent contrat à hauteur de **432 976 €** au total, dans le cadre de la convention interrégionale du Massif des Vosges 2015-2020, conformément aux montants inscrits dans le tableau figurant en annexe 2, à savoir :

Etat	232 976 €
Conseil régional de Lorraine *	42 790 €
Conseil régional d'Alsace	41 460 €
Conseil régional de Franche-Comté	15 750 €
Conseil départemental du Bas-Rhin :	18 250 €
Conseil départemental du Haut-Rhin **	24 540 €
Conseil départemental des Vosges	22 670 €
Conseil départemental de Moselle	9 910 €
Conseil départemental de Meurthe-et-Moselle	8 880 €
Conseil départemental du Territoire de Belfort	7 470 €
Conseil départemental de Haute-Saône	8 280 €

** 8 400 € alloués en 2015 par la région Lorraine au Conseil départemental des Vosges pour la filière station-vallées seront valorisés au titre du programme d'actions 2016*

*** dont 19 980 € pris en charge par Haute-Alsace Tourisme - Agence de Développement Touristique*

Aux côtés des partenaires du présent contrat, d'autres financements seront mobilisés, à savoir :

- Europe (axe FEDER massif des Vosges du PO FEDER-FSE Lorraine et massif des Vosges) : **339 776 €**
- Autofinancement et fonds privés : **273 833 €**

Article 5 : Financement des actions

Les actions inscrites au présent contrat font l'objet de demandes de subvention spécifiques de la part du ou des maîtres d'ouvrage identifiés à l'annexe 2, au fur et à mesure de leur déroulement dans l'année, et seront présentés en réunions du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation de la convention interrégionale du Massif des Vosges.

Elles sont instruites par chacun des cofinanceurs sollicités selon les procédures propres à chaque partenaire financeur.

Article 6 : Modifications du contrat

Les modifications qui s'avèreraient nécessaires feront l'objet d'avenants négociés et signés par l'ensemble des parties du présent contrat.

Article 7 : Litiges

Tout litige susceptible de naître à l'occasion du présent contrat sera porté, à défaut d'accord amiable entre les parties, devant le Tribunal Administratif de Strasbourg.

ANNEXE 1

Ventilation du programme d'actions du Contrat de Destination Annuel 2015

A - Par volets

	Actions	Maitre d'ouvrage *	Cofinancements prévisionnels
Volet A : Structuration et qualification de l'offre			
1	Développement du concept de Marche Sauvage	ADT 67	5 000 €
2	Labellisation GR5 label européen	ADT 67	6 000 €
3	Phase 2 appel à initiatives éco-tourisme	PNRBV	28 000 €
4	Programme d'actions /station + poste d'animation	CG 88	136 800 €
5	Audit de 10 sites touristiques	ADT 67	3 000 €
Sous total A			178 800 €

Volet B : Marketing, promotion et communication			
6	Conception d'un document dématérialisé bien-être	ADT 68	3 000 €
7	Dossiers de presse génériques	CRT Lorraine	10 000 €
8	Accompagnement agence de communication	CRT Lorraine	35 000 €
9	Programme de promotion Fête de la Montagne & topo guide GR5	ADT 67	25 000 €
10	Reportage photos thématiques.	ADT 67	15 000 €
Actions marchés France			
11	Edition 2015 du S.I.T.V. (Salon international du Tourisme et des Voyages de Colmar).	ADT 68	50 000 €
12	Accueil blogueur été	ADT 67	10 000 €
13	Insertion magazine « Passion Vosges »	ADT 68	28 000 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
14	Accueil blogueur	ADT 68	1 200 €
15	Campagne de communication		39 600 €
16	Salon de Stuttgart		16 308 €
Belgique			
17	Campagne de communication : blogueur témoin	ADT 68	54 000 €
18	Campagne marketing d'influence		24 000 €
19	Workshop presse		3 120 €
20	Fietswandelbeurs Anvers 2016		3 780 €
21	Salon des Vacances Bruxelles 2016		24 000 €
Pays-bas			
22	Opération 'Tour de France de corno	ADT 68	1 000 €
23	Accueil de presse journaliste		5 000 €
24	Workshop presse hiver		5 000 €
25	Emission TV go Cycling		15 000 €
26	Vakantiebeurs Utrecht		6 000 €
Sous total			374 008 €

Volet C : Intégration territoriale du tourisme			
27	Cluster tourisme et bien-être	ADT 68	2 640 €
28	Cluster tourisme et sports de pleine nature	ADT 67	2 304 €
29	So'Nordic Massif des Vosges	ADT 68	35 000 €
30	Fête de la Montagne	ADT 67	15 000 €
Sous total C			54 944 €

Volet D : Observation			
31	Chiffres clés du tourisme : l'emploi et les retombées économiques	PNRBV	Enveloppe chef de projet
32	Etude des activités mushers		

Volet : Animation du Contrat de Destination			
33	Webmaster	ADT 67	40 000 €
34	Animation du Contrat de Destination	PNRBV	125 000 €
Sous total			165 000 €

* Maitrise d'ouvrage administrative et financière.

Tableau synthétique par volet

Volet	Montant
A : Structuration et qualification de l'offre	178 800 €
B : Marketing, promotion et communication	374 008 €
C : Intégration territoriale du tourisme	54 944 €
D : Observation (enveloppe chef de projet)	16 000 € PM*
Animation du Contrat de Destination	165 000 €
TOTAL	772 752 €

*PM : pour mémoire

B – Par maîtres d’ouvrage (Maîtrise d’ouvrage administrative et financière).

ADT 67		
N°	Actions	Cofinancement prévisionnel
1	Développement du concept de Marche Sauvage	5 000 €
2	Labellisation GR5 label européen	6 000 €
5	Audit de 10 sites touristiques	3 000 €
9	Programme de promotion Fête de la Montagne & topo guide GR5	25 000 €
10	Reportage photos thématiques.	15 000 €
12	Accueil blogueur été	10 000 €
28	Cluster tourisme et sports de pleine nature	2 304 €
33	Webmaster	40 000 €
Sous total		106 304 €

ADT 68		
N°	Actions	Cofinancement prévisionnel
6	Conception d'un document dématérialisé bien-être	3 000 €
11	SITV	50 000 €
13	Passions Vosges	28 000 €
Marchés étrangers		
14	Accueil blogueur	1 200 €
15	Campagne de communication	39 600 €
16	Salon de Stuttgart	16 308 €
17	Campagne de communication : blogueur témoin	54 000 €
18	Campagne marketing d'influence	24 000 €
19	Worshop presse	3 120 €
20	Fietswandelbeurs Anvers 2016	3 780 €
21	Salon des Vacances Bruxelles 2016	24 000 €
22	Opération 'Tour de France de corno	1 000 €
23	Accueil de presse journaliste	5 000 €
24	Workshop presse hiver	5 000 €
25	Emission TV go Cycling	15 000 €
26	Vakantiebeurs Utrecht	6 000 €
27	Cluster tourisme et bien-être	2 640 €
29	So'Nordic Massif des Vosges	35 000 €
Sous total		316 648 €

Parc naturel régional des Ballons des Vosges		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
3	Phase 2 appel à initiatives éco-tourisme	28 000 €
33	Animation du Contrat de Destination	125 000 €
Sous total		153 000 €

CG 88		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
4	Programme d'actions /station + poste d'animation	136 800 €
Sous total		136 800 €

CRT Lorraine		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
7	Dossier de presse générique	10 000 €
8	Accompagnement agence de communication	35 000 €
Sous total		45 000 €

Coordination nationale de la Montagne		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
30	Fête de la Montagne	15 000 €
Sous total		15 000 €

Volet A : Structuration et qualification de l'offre

Ce volet permettra :

- un accompagnement individuel et une mise en réseau des acteurs territoriaux, des professionnels, des filières et des porteurs de projet d'investissement visant à optimiser les bonnes pratiques en matière de qualification de l'offre d'activités, d'équipements ou de service,
- le renforcement des démarches de qualification et de labellisation en cohérence avec les différents dispositifs de qualité et marques existantes (Qualité Tourisme, Rando accueil, Tourisme et Handicap...),
- de stimuler l'innovation.

Ce volet visera à consolider les 5 filières stratégiques : Stations-vallée et nordique, Sites de visite, Bien-être, Itinérance et Eco-tourisme.

De façon particulière, la **Grande Crête des Vosges** possède des potentialités et des richesses en lien avec les 5 filières touristiques. Le Contrat de Destination s'attachera donc à faire émerger une offre emblématique transversale spécifique sur la Grande Crête, afin de l'ériger en vitrine d'excellence touristique et environnementale du Massif des Vosges.

Ce volet portera sur la mise en relation des acteurs économiques du tourisme afin de constituer des offres packagées, à travers :

- le maintien et le développement de la capacité d'accueil de l'hébergement marchand ;
- la valorisation des événementiels ayant lieu sur le massif des Vosges pendant les 5 prochaines années, et plus particulièrement le Tour de France,
- la mise en valeur des sites et espaces touristiques et de pratiques d'activités de loisirs.

Le Contrat de Destination devra faciliter la commercialisation des offres, leur mutualisation à travers des produits packagés à une échelle territoriale pertinente et leur lisibilité à l'échelle de la destination.

Rappel des actions

	Actions	Maitre d'ouvrage *	Cofinancement prévisionnel
Volet A : structuration et qualification de l'offre			
1	Développement du concept de Marche Sauvage	ADT 67	5 000 €
2	Labellisation GR5 label européen	ADT 67	6 000 €
3	Phase 2 appel à initiatives éco-tourisme	PNRBV	28 000 €
4	Programme d'actions /station + poste d'animations *	CG 88	136 800 €
5	Audit de 10 sites touristiques	ADT 67	3 000 €
Sous total A			178 800 €

** le soutien de la Région Lorraine sera attribué au bénéficiaire, en une seule subvention de 16 000 € sur la totalité du programme 2015 et 2016. Sa valorisation au Contrat de destination massif des Vosges se fera comme suit : 7 600 € en 2015 et 8 400 € en 2016*

1	Marche sauvage	ADT 67
----------	-----------------------	---------------

Partenaires associés :

Les membres du groupe de travail itinérance, en particulier la Fédération du Club Vosgien et la FFRandonnée, ainsi que le territoire d'accueil

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 5 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Expérimentation d'un nouveau concept de randonnée pédestre événementielle sous le nom de « randonnée sauvage » pour renouveler l'intérêt pour la pratique de l'itinérance. Il s'agit de revenir aux fondamentaux, de se rapprocher de la nature et de privilégier une approche participative.

Cible visée :

Grand public

Descriptif de l'action :

Cette approche étant particulièrement innovante, il est proposé de travailler ce sujet par le biais d'une mission de 6 mois confiée à un(e) stagiaire pour :

- étudier l'existant ailleurs, en France voir à l'étranger,
- élaborer un concept spécifique au Massif des Vosges,
- rencontrer des référents dans le domaine de la randonnée pédestre et les partenaires potentiels pour l'organisation,
- voir la faisabilité d'une telle randonnée sur un site volontaire, a priori le Champ du Feu,
- le cas échéant accompagner l'organisation de la manifestation, idéalement pour la Fête de la Montagne le 28 juin 2015,
- faire un bilan et proposer des pistes d'amélioration pour 2016.

Les moyens restants pourront couvrir les frais liés à la mission et éventuellement compléter les moyens de communication nécessaires à la communication autour de cette manifestation (ex : flyer).

Calendrier et échéancier de réalisation :

Avril à décembre 2015

2	Labellisation européenne du GR5	ADT 67
----------	--	---------------

Partenaires associés :

Les membres du groupe de travail itinérance, en particulier la Fédération du Club Vosgien et la FFRandonnée

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 6 000 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Reconnaissance de la Traversée des Vosges (GR5/53 rectangle rouge) comme itinérance d'excellence au niveau européen grâce au label « Leading Quality Trail »

Cible visée :

Public de randonneurs européens

Descriptif de l'action :

Le sentier balisé « rectangle rouge » de Belfort à Lauterbourg (GR5 et GR53) a fait l'objet d'une expertise en 2011 selon les critères allemands « Qualitätsweg », celle-ci a montré le potentiel de ce sentier de grande randonnée au niveau européen.

Entretemps, la Fédération Européenne de Randonnée Pédestre (FERP) a développé son label « Leading Quality Trail » (LQT) qui comporte à ce jour 6 sentiers en Europe et aucun en France.

L'ADT67 se propose donc de porter la candidature de la traversée des Vosges, avec pour 2015, une phase préalable incluant :

- l'organisation d'un voyage d'étude sur 2 jours / 1 nuit pour échanger avec d'autres destinations de proximité ayant mené cette démarche à son terme (Mullerthal au Luxembourg, Veldenzweg dans le Palatinat),
- une formation de 2 jours et ½ aux critères LQT pour les évaluateurs bénévoles (assurée par la FERP),
- idéalement, l'évaluation de l'ensemble de l'itinéraire par tronçons de 4km.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Avril à octobre 2015

3	Phase 2 appel à initiative éco-tourisme	Parc naturel régional des Ballons des Vosges
----------	--	---

Partenaires associés : Pilotage : Parc naturel régional des Ballons des Vosges et Vosges du Nord, commissariat de Massif des Vosges, Régions Alsace, Lorraine, Franche-Comté, les 4 autres animateurs des filières touristiques (Conseil départemental des Vosges, CRT de Lorraine, ADT67 et 68) et membres du jury, CCI des Vosges, ARIENA.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 28 000 euros TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Identification et mise en avant de 10 produits éco-touristiques innovants, qui valorisent les richesses du Massif des Vosges, créent du lien entre les acteurs locaux.

Cible visée : Offices de tourisme prestataires professionnels du tourisme

Descriptif de l'action :

Lors du 1^{er} appel à initiatives en 2014, 26 dossiers ont été déposés par des acteurs locaux, hébergeurs et offices de tourisme essentiellement. 3 offres ont été sélectionnées par le 1^{er} jury et 7 par le 2^{ème} jury.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la filière éco-tourisme du Massif des Vosges, l'action vise à poursuivre l'identification de 10 nouveaux produits éco-touristiques innovants et de soutenir techniquement les porteurs de projets sélectionnés en vue de la mise en marché des offres de séjour. Les marchés étrangers prioritaires sont ceux retenus dans le cadre du contrat de destination du Massif des Vosges.

Au vu des dossiers présentés en 2014 et des demandes des acteurs locaux, outre un accompagnement personnalisé afin d'améliorer les propositions, il s'agira de proposer des formations-actions sur la mise en scène des produits, la réalisation de carnets de route et la communication web. Une communication web avec des bloggeurs est prévue en complément (action mutualisée avec les autres filières) afin de mettre en avant des produits sur les réseaux sociaux.

L'appui technique externalisé (organisation du jury, analyse des dossiers, accompagnement personnalisé, formations-actions) est estimé à 28 000 € TTC. L'animation est partagée avec le PNR des Vosges du Nord pour un montant estimé à 7 000 € (24 jours), soit un coût total de 35 000 € TTC.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Début de l'action mai 2015, fin de l'action décembre 2016.

4	Programme d'accompagnement et d'animation Stations-vallées	CD 88
----------	---	--------------

Partenaires associés : Etat – Régions Alsace, Lorraine et Franche-Comté – Départements des Vosges, du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et du Territoire de Belfort – Communes et Syndicats Mixtes des stations impliquées dans la démarche

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 136 800 €

Cible visée :

Marché France –
Clientèle familles avec enfants

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Poursuivre l'accompagnement des stations-vallées, sur la gouvernance, l'aménagement, la communication et l'observation.

• **La gouvernance :**

- Accompagner à la mise en place d'une gouvernance « stations »
- Accompagner les socioprofessionnels
- Accompagner la filière « stations vallée »

• **L'aménagement et le développement :**

Accompagner la mise en place d'aménagements complémentaires et d'offres de produits positionnés famille.

• **Communication/marketing :**

Communiquer sur Massif des Vosges destination « famille » à l'échelle des stations-vallée, des offices de tourisme et sur le site internet Massif des Vosges.com.

• **Observation**

Mise en place d'un observatoire de la famille et mesure de l'évolution de la satisfaction des familles.

• **Animation de la démarche**

Poursuite de la mission d'animation afin de maintenir la dynamique, la mise en œuvre du dispositif et l'appui aux référents dans chacune des stations.

Calendrier et échéancier de réalisation :

De février 2015 à juillet 2016

5	Audits de 10 sites touristiques	ADT 67
----------	--	---------------

Partenaires associés :

Partenaires du Contrat de Destination
Les sites de visites Massif des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 3 000 €

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Sensibiliser les professionnels de la filière à la mise en œuvre d'une démarche Qualité Tourisme.
- Accompagner les professionnels dans leur démarche qualité.
- Organiser un audit qualité externe et indépendant, en visite mystère, au minimum tous les 3 ans.
- Assurer le montage du dossier de candidature et le transmettre à la DIRECCTE.
- Emettre un avis sur les dossiers de candidature.
- Gérer le suivi et l'animation du réseau des professionnels ayant obtenu la marque QT (alimenter la base de données de l'offre Qualité Tourisme, fournir la plaque Qualité Tourisme et la charte graphique aux bénéficiaires de la marque, organiser et analyser les résultats de l'écoute client).
- Accompagner 10 sites pour l'année 2015.

Descriptif de l'action

Développement du label Qualité Tourisme était jusqu'en 2014 porté par le CRT Lorraine. Ce dernier a souhaité arrêter l'expérimentation.

La démarche de label Qualité Tourisme est en parfaite cohérence avec les objectifs de la stratégie de développement du tourisme en Alsace et de celle du Massif des Vosges.

De nombreux sites de visite se situant sur le territoire du Massif des Vosges, et l'ADT67 souhaitant également s'investir dans cette mission, se propose d'en assurer la maîtrise d'ouvrage.

L'action portera sur une mission d'ingénierie auprès des sites, les frais de pré-audit et d'audit (le coût d'un audit pour un site de visite est compris entre 500 et 600 €).

Cible visée :

Une dizaine de sites de visites du Massif des Vosges sur la cinquantaine répertoriés.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2015

Volet B : marketing, promotion et communication

Ce volet comprend la création d'outils de promotion et la conduite d'actions de communication sur des marchés cibles afin de faire connaître la destination Massif des Vosges

Les marchés cibles retenus sont les suivants :

- **Le marché national,**
- Les marchés internationaux prioritaires : **Allemagne, Belgique, Luxembourg, Pays-Bas et Suisse**

Pour ce faire, un programme de promotion sera élaboré, mobilisant notamment les bureaux touristiques d'Atout France à l'étranger.

Le Contrat de Destination visera également à structurer des outils marketing et de communication s'adressant plus particulièrement aux acteurs économiques afin de les accompagner dans leur positionnement et leur stratégie de communication.

Rappel des actions

Volet B : marketing, promotion et communication			
6	Conception d'un document dématérialisé bien-être	ADT 68	3 000 €
7	Dossiers de presse générique	CRT	10 000 €
8	Accompagnement agence de communication	Lorraine	35 000 €
9	Programme de promotion Fête de la Montagne & topo guide GR5	ADT 67	25 000 €
10	Reportage photos thématiques.	ADT 67	15 000 €
Actions marché France			
11	Edition 2015 du S.I.T.V. (Salon international du Tourisme et des Voyages de Colmar).	ADT 68	50 000 €
12	Accueil blogueur été	ADT 67	10 000 €
13	Insertion magazine « Passion Vosges »	ADT 68	28 000 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
14	Accueil blogueur	ADT 68	1 200 €
15	Campagne de communication		39 600 €
16	Salon de Stuttgart		16 308 €
Belgique			
17	Campagne de communication : blogueur témoin	ADT 68	54 000 €
18	Campagne marketing d'influence		24 000 €
19	Workshop presse		3 120 €
20	Fietswandelbeurs Anvers 2016		3 780 €
21	Salon des Vacances Bruxelles 2016		24 000 €
Pays-bas			
22	Opération 'Tour de France de corno	ADT 68	1 000 €
23	Accueil de presse journaliste		5 000 €
24	Workshop presse hiver		5 000 €
25	Emission TV go Cycling		15 000 €
26	Vakantiebeurs Utrecht		6 000 €
Sous total			374 008 €

6	Conception d'un document dématérialisé	ADT 68
----------	---	---------------

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 3 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Sur la base du travail réalisé en 2010, l'inventaire des équipements « bien-être » du Massif des Vosges sera mis à jour et servira de base à la réalisation du document dématérialisé.

Ce dernier permettra d'identifier facilement les équipements existants et de disposer ainsi d'un support valorisant l'image « bien-être » de la Destination (à ce jour inexistant).

Un travail avec le webmaster du Massif des Vosges sera également effectué pour une meilleure valorisation de la thématique sur le site Internet du Massif.

Cibles visées :

Séniors et couples, sur les marchés français, belge, luxembourgeois et suisse.

Descriptif de l'action :

Le document dématérialisé sera conçu pour une double utilisation, à savoir téléchargeable en ligne, sur le site du Massif des Vosges et pouvant être imprimé selon les besoins des professionnels du tourisme et en fonction d'une présence des acteurs sur des salons grand public.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2015

7	Dossiers de presse générique	CRT Lorraine
----------	-------------------------------------	-------------------------

Partenaires associés :

Partenaires du Contrat de Destination.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 10 000 €

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Assurer et renforcer la visibilité et la notoriété du Massif des Vosges en France et à l'étranger.

Cibles visées :

- Les partenaires élus et techniques du Contrat de Destination.
- Partenaires des marchés étrangers (Allemagne, Belgique, Luxembourg et Pays-Bas)
- Les socio-professionnels et acteurs touristiques du Massif des Vosges

Descriptif de l'action :

Réalisation d'un dossier de presse de présentation de la Destination Massif des Vosges, en français, allemand et néerlandais.

Diffusions :

- Salons
- Campagne de communication.
- Workshop presse
- Accueil presse

Calendrier et échéancier de réalisation :

Printemps 2015

8	Agence de communication	CRT Lorraine
----------	--------------------------------	-------------------------

Partenaires associés :

Partenaires du Contrat de Destination

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 35 000 €

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Réalisation d'un cahier des charges pour sélection d'une agence de communication
- Appel d'offre
- Accompagnement du contrat de Destination Massif des Vosges par une agence de communication portant sur la réalisation:
 - d'un mode d'emploi du Contrat de Destination
 - d'une charte d'engagement touristique
 - d'un guide de marque
 - d'un kit de communication
 - de deux dossiers de presse générique (Printemps/été – automne/hiver)

Au delà de la réalisation de ces supports de communication, l'accompagnement de l'agence portera également sur la réalisation et la mise en œuvre opérationnelle d'une charte d'engagement touristique.

Cibles visées :

- Les partenaires élus et techniques du Contrat de Destination
- Les socio-professionnels et acteurs touristiques du Massif des Vosges

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2015

9	Programme de promotion Fête de la Montagne Topo guide traversée du Massif des Vosges	ADT 67
----------	---	---------------

Partenaires associés :

Les membres du groupe de travail itinérance, en particulier la Fédération du Club Vosgien et la FFRandonnée et les CDT/CRT du Massif des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 25 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Accompagner la Fête de la Montagne 2015 et le lancement du Topoguide ® « Traversée du Massif des Vosges » en matière de promotion et de communication.

Cible visée :

Grand Public

Descriptif de l'action :

La Fête de la Montagne est un événement national initié par la coordination Montagne pour valoriser la montagne et les activités de pleine nature que l'on peut y pratiquer. En pratique, elle fédère une multitude d'événement sur toute la France et notamment dans le Massif des Vosges.

Un de ces événements sera celui du lancement officiel du Topoguide ® « Traversée du Massif des Vosges », une co-édition de la Fédération du Club Vosgien et la FFRandonnée dont la parution est prévue début juin 2015.

Le programme d'actions prévoit donc :

- la promotion du guide lors de salons dédiés aux randonnées (ex : Lille, Paris, Lyon) par le biais d'animations, de conférences et d'une borne photo interactive,
- l'organisation d'un lancement officiel et d'autres opérations événementielles sur l'ensemble du Massif des Vosges,
- les relations médias (presse et blogueurs),
- les insertions et campagnes promotionnelles, y compris sur internet et les réseaux sociaux.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Mars – Décembre 2015

10	Reportage photos thématiques	ADT 67
-----------	-------------------------------------	---------------

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du Massif des Vosges, et plus largement tous les partenaires du Contrat de Destination

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 15 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Favoriser la promotion des filières identifiées au Contrat de Destination, en leur mettant à disposition des photographies de qualité avec une ligne éditoriale homogène.

Descriptif de l'action :

Conseil et conception du programme de prises de vues :

- Briefing (préparation du « pitch ») ;
- Organisation de la logistique de production sur base du secteur géographique considéré (massif des Vosges) pour élaborer le programme de prises de vues, établir un calendrier et optimiser les déplacements ;
- Repérage des lieux sur plan et sites pour prise en compte des conditions d'ensoleillement ;
- Casting et recherche de mannequins ;
- Direction artistique et suivi de production ;
- Recommandation du stylisme et accessoires ;

Réalisation des photographies

- Prises de vues en numérique haute définition ;
- Base de production avec 6 à 8 sites différents par journée en fonction de l'éloignement des sites (secteurs d'environ 50 km par journée) ;
- Frais de déplacement et de restauration inclus, avec le cas échéant la mise à disposition d'une camionnette pour le transport des accessoires et d'un assistant ;

Post-production

- Sélection des visuels, valorisation et traitement chromatique (base : 120 - 160 - 200 visuels) ;
- Edition d'un book papier contenant les visuels et fourniture d'un support DVD en haute définition de la production ;

Régie photo

- Stylisme et accessoirisations par mise à disposition de matériels au sein des équipes des partenaires du Contrat de Destination ;
- Prestations de préparation, hors éventuelles locations ou petits achats ;

Droits

- Honoraires et cession des droits mannequins pour 1 homme + 1 femme par journée complète ;
- Les mannequins peuvent être utilement complétés par des « figurants » mobilisés par les partenaires du Contrat de Destination,
- Les photos réalisées doivent être cédées libres de tous droits d'exploitation pour toute promotion du sujet traité, à savoir promotion du tourisme dans le Massif des Vosges.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2015

ACTIONS MARCHES FRANCE

11	Salon International du Tourisme et des Voyages - S.I.T.V. –	ADT 68
-----------	--	---------------

Partenaires associés :

Tous types de partenaires du Massif des Vosges (offices de tourisme, hébergeurs, sites et prestataires touristiques, partenaires institutionnels,...).

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 50 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Informar la clientèle connaissant la destination des nouveautés et conquérir de nouvelles clientèles ne connaissant que peu la destination Massif des Vosges.

Depuis 30 ans, le Salon International du Tourisme et des Voyages (SITV) a déjà accueilli plus de 810 000 visiteurs. Il confirme son 4e rang des salons du tourisme grand public en France : l'édition 2014 du SITV a connu une augmentation de 29% par rapport à 2013 (ratio rapporté à 3 jours de salon contre 4 l'année dernière), le Parc des Expositions et de Congrès de Colmar a ainsi accueilli 30 161 visiteurs le temps d'un long week-end.

Le Salon International du Tourisme et des Voyages (SITV) est une vitrine commerciale et médiatique pour l'ensemble des exposants et prestataires présents. La fréquentation de proximité dont bénéficie le SITV dépasse le simple cadre de l'Alsace et touche également de manière significative la clientèle suisse et allemande particulièrement sensible aux destinations « nature ».

Cibles visées :

Clientèle de proximité (Alsace, Lorraine, Franche-Comté) et marchés allemand et suisse alémanique.

Individuels (jeunes, familles, seniors) et petits groupes (associations, CE).

Descriptif de l'action :

Conscient du succès de l'espace Massif des Vosges notifié dès l'édition 2012, et confirmé sur les éditions 2013 et 2014, le Comité Technique du Contrat de Destination du Massif des Vosges a affirmé sa volonté de renouveler cette opération pour l'édition 2015. Il a ainsi été reconnu que ce salon est en totale cohérence avec les filières de la stratégie touristique et avec les marchés européens de proximité visés par le Contrat de Destination.

Les acteurs du Massif ont ainsi acté la reconduction de l'opération Massif des Vosges au SITV 2015, sur la base de l'expérience 2014, avec notamment :

- Un espace d'exposition représentant une surface totale de 340 m² mis à disposition des exposants du territoire en lien avec les thématiques prioritaires du Contrat de Destination,
- Une surface d'animation d'environ 100 m².

La mise en lumière de l'ensemble de l'espace sera assurée au moyen d'une scénographie forte et différenciée du reste du salon :

- Espace paysager aux allées courbes, aux visuels grands formats et au mobilier en bois, une mise en valeur végétale accentuée, le logo du Massif des Vosges en fil conducteur,
- La diffusion des clips vidéo sur écran grand format.

Les filières du Massif des Vosges seront également mises en avant et en lumière en structurant l'espace et les partenaires autour de chaque filière.

Calendrier et échéancier de réalisation :

2015 - mai : circularisation des partenaires

2015 - mai : inscription au salon et actions de communication associées

2015 - juin : définition du concept scénographique

Présence sur le salon du 06 au 08 novembre 2015

12	Accueil blogueur été	ADT 67
-----------	-----------------------------	---------------

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du Massif des Vosges, les PNR des Vosges du Nord et du Ballon des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 10 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Assurer la visibilité du Massif des Vosges en France et à l'étranger, en particulier sur les activités estivales et l'écotourisme

Cibles visées :

Blogueurs français et autres

Descriptif de l'action :

2 accueils sont prévus :

- un premier à destination de blogueurs français sélectionnés par une agence spécialisée (plusieurs participants sur 2 voir 3 jours), sur des thématiques issues de différentes filières du Massif des Vosges (itinérance, bien être, sites de visites, stations-vallées) ;
- un deuxième spécifiquement en lien avec la filière écotourisme, sur proposition du consultant qui a accompagné les appels à projets lancés en 2014, afin de tester certains produits touristiques constitués à cette occasion.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Eté 2015

13	Insertion magazine « Passion Vosges »	ADT 68
-----------	--	---------------

Partenaires associés :

CG 88, ADT 67, Fédération du Club Vosgien, DNA

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 28 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Un partenariat signé entre les Dernières Nouvelles d'Alsace (DNA), la Fédération du Club Vosgien et Haute-Alsace Tourisme, agissant pour son compte, ainsi que celui de l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin et du Conseil Départemental des Vosges, permettra la réalisation d'un magazine « Passion Vosges », édité à 30 000 exemplaires, dont la parution est prévue pour la mi-mai 2015.

La réalisation du magazine « Passion Vosges » sera consacrée à la découverte pédestre des abbayes du Massif des Vosges : 30 balades permettront ainsi la découverte d'autant de sites abbaciaux sur le Massif. Un itinéraire de randonnée de 3 jours sera également créé par les Associations locales du Club Vosgien à l'occasion de la rédaction du magazine, qui s'enrichira de reportages et d'un agenda de manifestations.

Un événementiel sera également organisé pour la présentation et le lancement de ce magazine, qui sera diffusé sur le Massif des Vosges (réseaux DNA et partenaires) pour un coût unitaire de 7 €.

Description technique du magazine :

- Format 230x300 mm, 112 pages
- Papier intérieur couché 115 g (épais) et reliure brochée souple
- Maquette claire, toute en quadrichromie, photos et dessins, schémas et balisage des circuits
- Prix public : 7 € TTC, parution mi-mai 2015
- Tirage : environ 30 000 exemplaires et diffusion mixte et générale répartie
- Présence en couverture du logo du Club Vosgien et en première page intérieure des logos des partenaires publics associés à la production

Cibles visées :

Les lecteurs de Passion Vosges, sur les régions du Massif des Vosges.

Descriptif de l'action :

3800 exemplaires du magazine seront ainsi mis à disposition des partenaires du Massif des Vosges. Un focus éditorial sera quant à lui rédigé conjointement par M. Damien PARMENTIER, Directeur Général adjoint du Conseil Général des Vosges, M. Marc Levy, directeur de l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin et M. Jean KLINKERT, directeur de Haute-Alsace Tourisme en page 3 du magazine.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Diffusion juin 2015

ACTIONS MARCHES ETRANGERS PROGRAMME ATOUT FRANCE ETRANGER

Dans le cadre du Contrat de Destination Massif des Vosges, il a été demandé à Atout France d'étudier une **démarche à l'international** pour la valorisation et la promotion du Massif des Vosges, dont l'objectif est **d'accroître l'image du Massif et d'augmenter sa fréquentation touristique de la part de clientèles étrangères.**

En 2014 les bureaux étrangers Atout France Allemagne, Belgique et Pays-Bas ont réalisés des études de marchés (clientèles et notoriété) sur chacun de 3 marchés. L'ensemble de ces études, a été compilé et mis en forme par Atout France, pour servir de **fondement à des propositions de plans d'actions** efficaces et spécifiques, **complémentaires aux actions conduites individuellement par chaque territoire** qui compose le Massif des Vosges.

Le plan d'actions par marchés est ici exposé.

Le Comité technique du Contrat de Destination a défini comme suit la gouvernance de ce plan d'actions :

- La maîtrise d'ouvrage financière et administrative sera assurée par l'ADT 68 pour les 3 marchés.
- La maîtrise d'ouvrage opérationnelle des marchés sera assurée comme suit :
 - o Allemagne : ADT 68
 - o Belgique : ADT 67
 - o Pays-Bas : CRT Lorraine

MARCHE ALLEMAND

14	Accueil blogueur	Marché allemand ADT 68
----	------------------	---------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 68

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Allemagne.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 1 200 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Accroître la visibilité et mettre en avant le Massif des Vosges, ses actions et ses partenaires dans la presse allemande et générer des retombées presse sur la thématique Massif des Vosges.

Cibles visées :

Nord-Rhein Westphalen, Sarre, Hesse, Baden Wurtemberg et Berlin (avec la possibilité de faire venir un blogueur de Suisse)

Descriptif de l'action :

Organisation d'un accueil de blogueurs, en même temps que l'accueil de blogueurs belges, avec une rencontre des blogueurs allemands et belges au milieu du circuit :

- ▶ 4 à 5 participants, avec un accompagnant d'Atout France en Allemagne
- ▶ Activités : raquette, ski de fond, traineau, gastronomie typique, Wellness
- ▶ Type de blogueurs à définir avec les partenaires

Calendrier et échéancier de réalisation :

Accueil en janvier 2016.

15	Campagne de communication	Marché allemand ADT 68
-----------	----------------------------------	-----------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 68

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Allemagne

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 39 600 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Pour augmenter la notoriété du Massif des Vosges et sensibiliser le grand public à la destination.

Cibles visées :

Lectorat : Sociaux Professionnels, âgés à partir de 30 ans, de formation supérieure, ayant une affinité avec la France.

Cette clientèle a le potentiel économique pour le voyage et du fait de la proximité avec le Massif des Vosges est notre cœur de cible.

Descriptif de l'action :

- ▶ Production d'un booklet Massif des Vosges : format : 21x14,8 cm / Poids : 28g / Nombre de page : 12+4
- ▶ Insertion du booklet dans le Stuttgarter Zeitung, 186.826 exemplaires vendus sur la région de Stuttgart.
- ▶ Diffusion à 118.000 exemplaires – Stuttgart + alentours

Calendrier et échéancier de réalisation :

Parution en juin 2015 pour la mise en avant des activités été – automne.

16	Salon CMT - Stuttgart	Marché allemand ADT 68
-----------	------------------------------	-----------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 68

Partenaires associés :

A convenir avec un maximum de 6 structures - possibilité d'associer tous types de partenaires du Massif des Vosges (hébergeurs, sites, prestataires touristiques...)

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 16 308 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Dans le cadre du Contrat de Destination annuel 2014 du Massif des Vosges, il a été demandé à Atout France d'étudier les marchés de proximité phares, à savoir les Pays-Bas, la Belgique (parties wallonne et flamande) et l'Allemagne (Länder du sud et du sud-ouest).

Trois phases d'études ont été réalisées, avec pour objectif de connaître la notoriété et la connaissance du Massif des Vosges, au-delà de chacun des territoires qui le constituent :

- Une étude de notoriété du Massif sur chacun des marchés,
- Une étude de positionnement pour connaître le taux de pénétration de la marque Massif des Vosges,
- Une analyse de l'adéquation de l'offre par rapport aux attentes des consommateurs.

L'ensemble de ces études, compilé et mis en forme par Atout France, a servi de fondement au plan d'actions sur les marchés étrangers, et qui est complémentaire aux actions conduites individuellement par chaque territoire qui compose le Massif des Vosges.

Une présence au CMT Stuttgart permettra d'informer la clientèle connaissant la destination Massif des Vosges des nouveautés (entretien) et conquérir de nouvelles clientèles ne connaissant pas ou peu la destination Massif des Vosges.

Cibles visées :

Clientèle de proximité disposant d'un pouvoir d'achat important fréquentant le Massif des Vosges en tant qu'excursionnistes, mais également en formule courts, moyens et longs séjours. Individuels (séniors, jeunes retraités, familles, single).

Descriptif de l'action :

Mise en place d'une représentation Massif des Vosges sur un stand géré par Atout France Allemagne qui fédère les exposants français sur le plus important salon grand public en Allemagne, situé en Bade-Wurtemberg, bassin primordial de clientèle pour la France comptant 2,6 millions d'habitants.

Calendrier et échéancier de réalisation :

2015 – juillet/août au plus tard : circularisation des partenaires

2015 – septembre : inscription au salon

16 – 24 janvier 2016 : présence lors du salon

MARCHE BELGE

17	Campagne de communication: blogueur témoin	Marché belge ADT 68
-----------	---	--------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 67

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Belgique

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 54 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Relayer le message du massif des Vosges sur les réseaux sociaux de blogueurs influents, afin de bénéficier de leur notoriété et de leur crédibilité vis-à-vis du grand public.
- Développer l'image et la notoriété du massif des Vosges sur le marché belge, auprès d'une cible spécifique.
- Profiter d'une communauté forte.
- Bénéficier d'une visibilité sur les deux marchés néerlandais et belge.
- Identifier des influenceurs.
- Profiter des réseaux sociaux.
- Faciliter et optimiser les liens existants sur les réseaux sociaux et créer de nouveaux liens avec des personnes qui partagent les mêmes envies.

Cibles visées :

Selon la cible choisie : familles avec enfants et adolescents, séniors

Descriptif de l'action :

Phase 1 : recrutement d'un couple/famille de la cible blogueur pour devenir reporter d'un jour.

Phase 2 : Départ des ambassadeurs dans la destination. Leur découverte du territoire sera filmée, afin de servir de support de communication central.

Phase 3 : Publication de leur témoignage sur leur blog, ainsi que des publi-rédactionnels sur les magazines en fonction du choix des blogueurs.

Phase 4 : Mise en ligne de leur expérience sur une plateforme consacrée à l'opération sur be.rendezvousenfrance.com (40 000 visites mensuelles) avec les vidéos, et campagne online dédié pour générer du trafic. 4 mois sont à prévoir entre le départ du couple/famille de blogueur et la campagne média.

Dispositif : les vidéos, les impressions des blogueurs par lieu visité, une carte avec les différents lieux visités.

La plateforme serait soutenue par une campagne online (à définir selon la cible choisie), incluant une e-newsletter dédiée, ainsi qu'une campagne CPC et les réseaux sociaux.

Insertion publicitaire

Exemple à finaliser selon le blogueur choisi.

Magazine cible : Femmes aujourd'hui (130 000 ex) & Feeling (110 000 ex), avec 1 page dans chaque magazine.

Placement

Campagne de coût /clic avec 5 annonces, qui renverront sur la plateforme bilingue sur rendezvousenfrance.

13 436 likes. Bruxelles et Liège respectivement 1 & 2^{ème} villes des fans. 52 % des fans ont entre 45-64 ans.

Réseaux d'affiliation orientés presse quotidienne et voyages, fin de générer un trafic qualifié vers la plateforme.

Rédactionnel

Un article dans une e-newsletter Grand Public d'Atout France. Celle-ci sera envoyée sur la base de données d'Atout France (190 728 contacts, belges et néerlandais).

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2015

18	Campagne marketing d'influence	Marché belge ADT 68
-----------	---------------------------------------	------------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 67

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Belgique

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 24 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Développer une image foret grâce au marketing d'influence.
- Gagner en impact et en visibilité avec une approche mix marketing auprès de la cible néerlandophone.
- Insuffler une véritable dynamique de promotion avec un espace rédactionnel dédié à la destination Massif des Vosges.

Cibles visées : Grand Public

Descriptif de l'action :

8 pages sur la destination Massif des Vosges dans le **magazine « Het Nieuwsblad »**, dans leur supplément Weekend, également relayé sur Internet.

Aux commandes de ces 8 pages, un influenceur néerlandophone connu du Grand Public, Alain BOEYKENS, qui contribuera, de par la popularité, à mettre la destination Massif des Vosges « top of mind ». Le contenu de ces 8 pages sera rédigé par l'équipe d'Alain BOEYKENS, suite à l'**accueil de Presse** qui aura été organisé.

Le magazine est tiré à **300 000 exemplaires**.

Intégration du contenu rédactionnel sur un mini site de campagne + campagne sur le quotidien.

Thématique : gastronomie, œnologie, activités, hébergements.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Printemps 2015.

19	Workshop presse	Marché belge ADT 68
-----------	------------------------	------------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 67

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Belgique

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 3 120 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Augmenter la notoriété du Massif des Vosges et sensibiliser le grand public à la destination.

Assurer la visibilité de la destination Massif des Vosges à l'année dans les médias belges et luxembourgeois.

Gestion personnalisée des relations presse.

Cibles visées :

Descriptif de l'action :

Rencontre de la presse touristique, professionnelle et généraliste à l'occasion d'une journée à Bruxelles.

Diffusion de 150 dossiers de presse = téléchargement sur francenews.be.

Résultats 2014 : 37 articles publiés dans la presse écrite.

Nbre de participants 2013 : 69

Nbre de participants attendus : une soixantaine de journalistes (30 journalistes francophones – 30 journalistes néerlandophones).

Nbre de partenaires souhaités maxi : 15.

Différentes prestations possibles :

- Elaboration d'une stratégie
- Rédaction des outils de communication et diffusion auprès des journalistes.
- Gestion des demandes quotidiennes des journalistes.
- Organisation des accueils de presse groupes et individuels.
- Suivi et analyse des retombées.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Janvier 2016.

20	Fietswandelbeurs Anvers 2016	Marché belge ADT 68
-----------	-------------------------------------	------------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 67

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Belgique

Cofinancement prévisionnel de l'opération : A partir de 3 780 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Présenter aux visiteurs belges néerlandophones l'offre Massif des Vosges de loisirs de plein air (vélo, randonnées, etc).

Cibles visées :

Clientèle familiale

Descriptif de l'action :

Salon néerlandophone consacré aux séjours cyclo-touristiques, la randonnée, ainsi que les activités de plein air.

Nombre de visiteurs 2014 : 13 400 visiteurs

Dispositif vélo et randonnée sur be.rendezvousenfrance.com : un contenu en exclusivité

- Deux e-newsletter dédiées Randonnée et vélo (24 000 contact chacune) avec 1 article par partenaire
- Une annonce pour l'invitation au salon (199 250 contacts)
- Prise en charge complète de l'organisation (montage, démontage et assistance sur place)
- Une décoration personnalisée sous l'enseigne d'Atout France. Des visuels et enseignes selon notre choix.
- Campagne de communication et article dédié (base de données de 199 250 contacts).

Calendrier et échéancier de réalisation :

Fin février/début mars 2016.

21	Salon des vacances de Bruxelles	Marché belge ADT 68
-----------	--	------------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 67

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Belgique

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 24 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Renforcer le positionnement de la marque Massif des Vosges en créant un espace Massif des Vosges pendant le salon.

Cibles visées :

Grand Public

Descriptif de l'action :

Salon touristique Grand Public le plus important de Belgique.

Nbre de visiteurs 2014 : **100 576 visiteurs**

Un espace avec 3 grands visuels et des Ipads, sur lesquels les visiteurs pourront voir le territoire Massif des Vosges à travers de vidéos et de photos.

3 thématiques mise en avant : la nature, le bien-être et le ski, avec des visuels emblématiques.

1 borne digitale avec un concours pour faire gagner un séjour.

Deux stands double avec une mise en avant de la beauté du paysage et du charme et de l'authenticité des lieux.

Chaque stand comprend :

1 comptoir d'accueil L 2M80 X 1,50 cm X H 1 m avec 3 tabourets.

2 enseignes avec nom de l'exposant (max 30 caractères) et 2 visuels personnalisables format portrait.

2 présentoirs à documents.

1 réserve commune à l'îlot avec porte fermant à clé.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Début février 2016.

MARCHE NEERLANDAIS

22	Opération « Tour de France de Corno »	Marché néerlandais ADT68
----	---------------------------------------	--------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : CRT Lorraine

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Pays-Bas

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 15 000 € TTC /émission

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Présenter la destination Massif des Vosges de façon différente
- Présenter des hébergements uniques/insolites
- Faire vivre des activités de pleine nature uniques
- Faire découvrir la diversité des vins et les gastronomies locales, le terroir
- Partager l'offre nature du Massif des Vosges
- Créer de l'interaction avec les internautes
- Assurer une communication quotidienne

Cibles visées :

Descriptif de l'action :

• **Principe**

Envoyer le blogueur le plus influent des Pays-Bas, tester les activités de pleine nature chez les adhérents du Cluster

Le voyage du blogueur se fait en amont du Tour De France sur la durée d'un Tour : 3 semaines, à partir d'Utrecht,

Site du blogueur : www.droomplekken.nl + comptes Facebook, Twitter et Instagram

Le voyage et un jeu-concours seront annoncés pendant le Vakantiebeurs d'Utrecht en janvier.

• **Itinéraire et parcours**

Se rapprocher le plus possible du parcours du Tour, ainsi que des symboles du Tour, en incluant tous les membres du Cluster.

• **Interaction**

Un 'social Tour' avec utilisation quotidienne de Facebook et Twitter : Corno demande leurs avis et suggestions avant de partir et au fur et à mesure aux internautes

Différents moyens de transport au cours d'une étape ou entre deux étapes (voiture, 2CV,, âne, e-bike, VTT, cheval, rollers, etc...)

• **Communication**

Corno postera chaque aventure sur **son blog** ainsi que des photos et mini vidéos sur Facebook et Twitter

La conversation quotidienne se déroulera sur Facebook et Twitter, avec éventuellement un hashtag spécifique

Les interactions seront lancées dès le planning de Corno connu, celui-ci demandant aux internautes leurs **avis et suggestions**, de même pendant tout le voyage.

Atout France Pays-Bas relaie le voyage, avant, pendant et après sur ses outils sociaux, newsletters et site rendezvousenfrance.com.
Sur le site rendezvousenfrance.com, un espace sera créé pour regrouper tous les posts de Corno, avec liens vers ses articles. Les étapes seront bien reliées aux pages des membres.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Mai 2015

23	Accueil de presse journaliste	Marché néerlandais ADT68
-----------	--------------------------------------	-------------------------------------

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : CRT Lorraine

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Pays-Bas

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 5 000 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Pour augmenter la notoriété du Massif des Vosges et sensibiliser le grand public à la destination.

Cibles visées :

Lectorat : Sociaux Professionnels, âgés à partir de 30 ans, de formation supérieure, ayant une affinité avec la France.

Cette clientèle a le potentiel économique pour le voyage et du fait de la proximité avec le Massif des Vosges est notre cœur de cible.

Descriptif de l'action :

→ **Accueil groupe de 4-5 journalistes / bloggeurs** (+ 1 accompagnateur ATF), sur un thème à définir avec le service de presse : itinéraires vélo moins connus, pour les familles...

Prises en charge, à titre indicatif :

- Vol : si possible pris en charge par une compagnie aérienne ou ferroviaire
- Région : accueil sur place, hébergement, transferts, repas et activités ; billets de transport si pas de prise en charge par une compagnie.
- Atout France NL: Organisation et coordination de l'accueil presse, invitation des journalistes/bloggeurs, négociation des billets de transport.
-

→ **L'accueil d'un bloggeur ou plusieurs bloggeurs en individuel** est aussi possible: selon le thème et le préprogramme de l'accueil, Atout France sélectionne le bloggeur le plus pertinent, l'invite et fait l'intermédiaire jusqu'à la finalisation du programme et le départ vers la destination

- Tarif accueil individuel de bloggeur : 810 € HT comprenant l'organisation et la coordination de l'accueil, invitation du bloggeur, négociation du transport

Prise en charge par la région : transport, accueil sur place, hébergement, transferts, connexion wifi, repas et activités

→ Il est également possible de monter une action virale avec un bloggeur, par exemple un jeu pour faire gagner un séjour dans les Vosges avec ce bloggeur, qui pourrait être montée sur Twitter, Instagram et Facebook. Concept et coûts à définir.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Juillet 2015

24	Workshop presse hiver	Marché néerlandais ADT68
-----------	------------------------------	---

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : CRT Lorraine

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Pays-Bas

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 5 000 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Promouvoir le Massif des Vosges auprès de la presse et des bloggeurs néerlandais
Donner des idées de reportages et générer des accueils de presse individuels

Cibles visées :

Descriptif de l'action :

Rdv presse sur une journée entière, avec une petite partie speed dating.

La participation comprend :

- table dédiée pour une ou deux personnes ;
- une page dans le dossier de presse France 2015.
- Une nuitée d'hôtel pour une personne la veille ou le soir du workshop.

Nombre de participants attendus 2015 : **60 journalistes et bloggeurs**, en recherche de nouveautés, d'événements et d'idées de reportage.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Septembre 2015

25	Emission TV « Go Cycling	Marché néerlandais ADT68
-----------	---------------------------------	---

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : CRT Lorraine

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges, Atout France Pays-Bas

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 15 000 € TTC /émission

Objectifs poursuivis :

Faire connaître à un large public l'offre cyclotourisme du Massif des Vosges via une émission TV

Cibles visées :

Les 10 à 50 ans. Le groupe cible est avant tout le cycliste amateur (dont les jeunes seniors), mais aussi le cycliste plus sportif, et les familles qui souhaitent pédaler ensemble tranquillement.

Descriptif de l'action :

Au cours de leurs vacances des cyclistes seront suivis par un ou 2 animateurs. Au cours de chaque émission, deux itinéraires au cœur de la destination sont proposés, et un itinéraire urbain. Simultanément les cyclistes racontent leur histoire, leur motivation, leur choix pour cette destination.

→ **Format :**

- Emission de 24 minutes environ
- 1 diffusion le dimanche après midi et 1 rediffusion la semaine suivante, le dimanche matin
- 1 présence sur le site internet de l'émission [http://gocycling.nl/avec descriptif destination](http://gocycling.nl/avec_descriptif_destination) : exemple Bourgogne http://gocycling.nl/index.php/th_portfolio/fietsen-in-de-bourgogne/ ou la Loire http://gocycling.nl/index.php/th_portfolio/fietsen-langs-de-loire/ ou bien de façon plus développée comme l'Auvergne http://gocycling.nl/index.php/th_portfolio/uitzending-3/

→ **Média / Support:** La chaîne RTL4 ; la chaîne de télévision la plus importante aux Pays-Bas avec la part de marché la plus élevée.

- **L'audimat** prévu par épisode (rediffusion incluse) varie entre 300.000 et 400.000 spectateurs.

→ **Tournage** : jusqu'à 1 journée repérage et tournage de prise de vues d'ensemble de la destination + jusqu'à 2 journées de tournage dédiées aux itinéraires (détente et sportif, ville). La destination indique ses souhaits de scénario à partir desquels le réalisateur développe son histoire. Le partenaire met à disposition de l'équipe un interlocuteur local durant la totalité de la durée du tournage sur place.

→ **Coût de participation** : 12.500 € HT pour deux reportages destination + 1 reportage cyclotourisme en ville

- Les frais additionnels pour le partenaire seront de 4 à 5 nuitées (pension complète) pour l'équipe télé (entre 4 et 5 personnes)
- Le prix comprend la diffusion + la rediffusion sur la chaîne TV RTL4, et les liens sur internet et diffusion de l'émission sur le web

Calendrier et échéancier de réalisation :

Enregistrement automne 2015

26	Salon Vakantiebeurs Utrecht	Marché néerlandais ADT68
-----------	------------------------------------	---

Maîtrise d'ouvrage opérationnelle : CRT Lorraine

Partenaires associés :

A convenir avec un maximum de structures à définir- possibilité d'associer tous types de partenaires du Massif des Vosges (hébergeurs, sites, prestataires touristiques)

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 6 000 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Dans le cadre du Contrat de Destination annuel 2014 du Massif des Vosges, il a été demandé à Atout France d'étudier les marchés de proximité phares, à savoir les Pays-Bas, la Belgique (parties wallonne et flamande) et l'Allemagne (Länder du sud et du sud-ouest). Trois phases d'études ont été réalisées, avec pour objectif de connaître la notoriété et la connaissance du Massif des Vosges, au-delà de chacun des territoires qui le constituent :

- une étude de notoriété du Massif sur chacun des marchés,
- une étude de positionnement pour connaître le taux de pénétration de la marque Massif des Vosges,
- une analyse de l'adéquation de l'offre par rapport aux attentes des consommateurs.

L'ensemble de ces études, compilé et mis en forme par Atout France, a servi de fondement au plan d'actions sur les marchés étrangers, et qui est complémentaire aux actions conduites individuellement par chaque territoire qui compose le Massif des Vosges. Une présence au Salon des Vacances d'Utrecht, permettra d'informer la clientèle connaissant la destination Massif des Vosges des nouveautés (entretien) et conquérir de nouvelles clientèles ne connaissant pas ou peu la destination Massif des Vosges.

Cibles visées :

Clientèle de proximité disposant d'un pouvoir d'achat important fréquentant le Massif des Vosges en tant qu'excursionnistes, mais également en formule courts, moyens et longs séjours. Individuels (séniors, jeunes retraités, familles).

Descriptif de l'action :

Le Salon des Vacances d'Utrecht est le plus important salon touristique aux Pays-Bas. Fréquentation 2014 : 117 520 visiteurs, soit + 13% par rapport à 2013.

72% des visiteurs assistent au Vakantiebeurs pour s'informer sur leurs prochaines vacances. Les visiteurs s'intéressent à tous types de vacances (séjours actifs, courts séjours, séjours en villes et vacances principales) et à tous types d'hébergements.

Le premier jour est consacré aux professionnels et à la presse.

Chaque participant bénéficie du plan de communication mis en place par Atout France:

- Envoi d'une newsletter Club France spéciale aux 55 000 abonnés néerlandais;
- Section spéciale Vakantiebeurs sur le site internet www.rendezvousenfrance.com en amont du salon avec un article par exposant;
- Un profil par exposant sur le catalogue digital Expomatch (géré par les organisateurs du salon);
- Newsletters, invitations et communiqués de presse partiront en direction des professionnels du tourisme et des journalistes.

→ Surface globale en 2014 : 69.900 m²

→ Surface espace France en 2014 : 900m²

Calendrier et échéancier de réalisation :

2015 – juillet/août au plus tard : circularisation des partenaires

2015 – septembre : inscription au salon

13 au 18 janvier 2016 : présence lors du salon

Volet C : Intégration territoriale du tourisme

Plusieurs actions sont envisagées :

- la mise en œuvre d'une charte d'accueil
- la mise en œuvre d'une « Communauté des Accueillants » prête à se mobiliser pour renforcer notamment la qualité de la chaîne globale d'information, les gestes d'accueil ou la pratique des langues étrangères.
- le développement de prestation de services adaptés, particulièrement en termes de transport (navettes, sites de covoiturage mobilisant habitants et clients, information des transporteurs)
- la valorisation des savoir-faire traditionnels du massif, à travers la mobilisation d'industriels, d'artisans et d'agriculteurs (Club d'entreprises).

Des actions de sensibilisation et de pédagogie, notamment envers les jeunes et les scolaires, relative à l'histoire de France à travers l'histoire du Massif des Vosges, en s'appuyant prioritairement sur les démarches nationales portant sur le tourisme de mémoire

Rappel des actions

Volet C : intégration territoriale du tourisme			
27	Cluster tourisme et bien-être	ADT 68	2 640 €
28	Cluster tourisme et sports de pleine nature	ADT 67	2 304 €
29	So'Nordic Massif des Vosges	ADT 68	35 000 €
30	Fête de la Montagne	ADT 67	15 000 €
Sous total C			54 944 €

27	Adhésion Cluster Tourisme et Bien-être	ADT 68
-----------	---	---------------

Maître d'ouvrage proposé : ADT 68

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du Massif des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 2 640 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

En adhérant au cluster Tourisme et Bien-être d'Atout France, le Massif des Vosges bénéficiera d'outils de marketing adaptés et disposera d'analyses et d'études réalisées par les directions techniques d'Atout France.

Grâce à l'expertise des bureaux d'Atout France à l'étranger, nous profiterons de la connaissance des marchés et de leur évolution et mutualiserons nos moyens financiers pour avoir un impact plus fort sur des marchés de plus en plus concurrentiels.

Le Massif des Vosges pourra ainsi adapter, faire évoluer ses produits en participant à la réflexion et à la veille marketing sur les évolutions, les tendances des produits et les modes de consommation sur les marchés.

Cibles visées :

Marchés belge, luxembourgeois et suisse.

Clientèles de célibataires, de couples (avec ou sans enfant) et de jeunes séniors.

Descriptif de l'action :

Le cluster Tourisme et Bien-être d'Atout France est un lieu d'intelligence économique qui propose aux adhérents de bénéficier d'informations en provenance des directions techniques de Atout France (Marketing, Ingénierie, Observation, Nouvelles technologies...), des bureaux du réseau du GIE à l'international ou de professionnels experts. C'est une instance participative qui permet à chaque partenaire d'être un actif en participant à des commissions, des séminaires de réflexion et en prenant part à l'élaboration d'une stratégie opérationnelle et d'un plan annuel d'actions.

C'est un outil partenarial de promotion avec la mise en œuvre d'un plan d'actions sur des marchés définis comme prioritaires, tels que les marchés belge, luxembourgeois et suisse.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Adhésion annuelle 2015

28	Adhésion Cluster Tourisme et sports de pleine nature	ADT 67
-----------	---	---------------

Maître d'ouvrage proposé : ADT 67

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du Massif des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 2 304 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

En adhérant au cluster Tourisme et sports de pleine nature d'Atout France, le Massif des Vosges bénéficiera d'outils de marketing adaptés et disposera d'analyses et d'études réalisées par les directions techniques d'Atout France.

Grâce à l'expertise des bureaux d'Atout France à l'étranger, nous profiterons de la connaissance des marchés et de leur évolution et mutualiserons nos moyens financiers pour avoir un impact plus fort sur des marchés de plus en plus concurrentiels.

Le Massif des Vosges pourra ainsi adapter, faire évoluer ses produits en participant à la réflexion et à la veille marketing sur les évolutions, les tendances des produits et les modes de consommation sur les marchés.

Cibles visées :

Marchés prioritaires allemands et Pays-Bas

Clientèles famille et séniors.

Descriptif de l'action :

Le cluster Tourisme et sports de pleine nature d'Atout France est un lieu d'intelligence économique qui propose aux adhérents de bénéficier d'informations en provenance des directions techniques de Atout France (Marketing, Ingénierie, Observation, Nouvelles technologies...), des bureaux du réseau du GIE à l'international ou de professionnels experts. C'est une instance participative qui permet à chaque partenaire d'être un actif en participant à des commissions, des séminaires de réflexion et en prenant part à l'élaboration d'une stratégie opérationnelle et d'un plan annuel d'actions. C'est un outil partenarial de promotion avec la mise en œuvre d'un plan d'actions sur des marchés définis comme prioritaires.

Actions 2015 du cluster auxquelles participe le Massif :

- accueil d'un blogueur néerlandais, Corno, en amont du Tour de France 2015 (à partir du 2 mai) et sur la durée d'un tour (3 semaines), pour tester les activités de pleine nature chez les membres du cluster ;
- accueil d'un blogueur allemand spécialisé nature et tourisme durable, accompagné d'un photographe, pour réaliser 3 vidéos qui seront présentées au workshop nature de Francfort (à confirmer) ;
- workshop promotion et presse à Francfort le 29 octobre, avec une matinée consacrée aux journalistes et une après-midi pour les tour-opérateurs ;
- rencontre professionnelle Green France 2015 à Clermont Ferrand, entre le 28 et le 30 septembre (avec support de promotion dédié au cluster).

Le Massif des Vosges s'est d'ors et déjà positionné pour accueillir pendant 2 jours/1 nuit le blogueur Corno et sera présent au Workshop nature de Francfort pour représenter le cluster avec 4 autres adhérents.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Adhésion annuelle 2015

29	So'Nordic Massif des Vosges	ADT 68
----	------------------------------------	--------

Maître d'ouvrage proposé : ADT 68

Partenaires associés :

Les domaines nordiques du massif, plus spécifiquement pour l'édition 2015 : Gérardmer, le Champ du feu et le Markstein.

Les offices de tourisme

Les ESF, les accompagnateurs en montagne, les mushers, le CPIE

So'class :

Education nationale, Educ'Envia, l'AJA, l'ODCVL, l'USEP 67

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 35 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Promouvoir les nouveautés en matière de pratiques et d'aménagements nordiques
- Promouvoir les pratiques : *skating, saut à ski, Biathlon, raquette, marche nordique, ski de randonnée, luge, trail. Chiens de traineau*
- Promouvoir des pratiques nordiques hivernales sans neige
- Conquérir de nouvelles clientèles
- Rajeunir et dynamiser l'image des activités
- Promouvoir les sites de pratique
- Promouvoir le massif des Vosges

Cible visée :

- 15/25 ans
- adulte 25/45 ans
- la famille « tribu »
- Une clientèle régionale de proximité, urbaine (grosse agglomération) dans un rayon de 4 heures

Calendrier et échéancier de réalisation :

du vendredi 06 au dimanche 08 février 2015

Descriptif de l'action :

En matière d'activités nordique pour le Massif des Vosges, 5 constats sont posés :

- Les activités nordiques sont tendances.
- Des savoir-faire, avec une offre diversifiée et attractive, sont à faire savoir et à faire valoir.
- L'offre nordique est à structurer et à qualifier
- L'image du nordique est à rajeunir et certaines idées reçues sont à revoir.
- Le Massif des Vosges souffre d'une baisse de fréquentation

Fort de ces constats, les acteurs du nordique du Massif des Vosges se mobilisent depuis 2012, dans le cadre de la stratégie touristique du Contrat de destination Massif des Vosges, en se fédérant au travers d'une filière nordique animée par le chef de projet du Contrat de Destination. C'est dans ce contexte que les acteurs de la filière nordique ont lancé en 2014, la première édition de **la Fête du Nordique Massif des Vosges**. Le pari est d'aller chercher le client et de lui faire découvrir le nordique Massif des Vosges en organisant, sur un week-end, une manifestation conviviale et populaire : la fête du nordique Massif des Vosges.

Principes :

Une manifestation, festive, conviviale et populaire sur un week-end, déclinée sur 3 sites différents chaque année avec une programmation sur 3 ans. La première édition s'est déroulée le 01 & 02 février 2014. Plus de 4 500 personnes ont fréquentées la manifestation sur les 3 sites.

Programme d'animations :

Chaque sites organisateurs se chargent d'établir un programme d'animation sur 2 jours.

Plan de communication :

Chaque édition fait l'objet d'un plan de communication particulier.

Particularités de l'édition 2015 :

- Le programme de l'édition 2015 intégrera 2 événements particuliers :
 - a. Le centenaire de la Route des Crêtes
 - b. le centenaire de l'histoire de poilus d'Alaska. L'histoire d'un attelage de 450 chiens de traîneaux, venus d'Alaska pour ravitailler les poilus sur le front des Vosges.

Sachant que le traîneau à chiens a connu un très vif succès pour l'édition 2014, et qu'il y a une forte demande, le traîneau à chiens sera mis à l'honneur pour l'édition 2015.

- Forum des classes de découverte le vendredi 06 février 2015.

L'édition 2015 de la fête du nordique comprendra une journée supplémentaire, celle du vendredi 06 février, consacrée à un forum des classes découvertes sur le thème des pratiques sportives et de loisir nordiques. La coordination de cette journée sera assurée par l'association Educ'Envia et l'AJA.

Déroulement :

- journée : porte-ouvertes et accueil des scolaires.
- soirée : porte-ouvertes et accueil des enseignants.

Objectifs :

- Promouvoir les classes de découvertes organisées sur le massif des Vosges par les associations et centres adhérents à Educ'Envia.
- Présenter l'éventail des savoir-faires du réseau Educ'Envia en matière de contenus pédagogiques autour des classes de neige.
- Proposer des activités, des ateliers et des événements pour le public accueilli.
- Sensibiliser l'éducation nationale aux enjeux des pratiques nordiques à destination des publics scolaires, enseignants et enfants.

Educ'Envia est une association alsacienne pour la promotion de l'éducation à l'environnement en milieu scolaire.

30	Fête nationale de la Montagne	Coordination Montagne
-----------	--------------------------------------	------------------------------

Maître d'ouvrage proposé : association Coordination Montagne

Partenaires associés :

Partenaires du contrat de Destination

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 15 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Valoriser l'activité des porteurs de projets locaux en attirant de nouvelles clientèles.
- Ouvrir les activités de montagne à des publics éloignés culturellement de la montagne.
- Développer la pratique amateur et encadrée des activités de montagne pas ou peu aménagée.
- Conserver les publics déjà conquis.
- Attirer et sensibiliser de nouveaux publics, dans des conditions adaptées et des situations d'initiation.
- S'inscrire dans un projet de territoire, en lien avec les acteurs économiques, politiques, sportifs et culturels.

Cible visée :

- Tous publics
- Public connaissant peu ou pas la montagne.
- La famille, la « tribu »

Descriptif de l'opération :

La Fête de la Montagne est un événement national initié par la Coordination Montagne. Elle est destinée à valoriser la montagne et notamment les activités de pleine nature.

En pratique, la Fête de la Montagne se présente comme une multitude d'événements sportifs ou culturels partout en France, en montagne ou ailleurs. La Fête de la Montagne, le dernier week-end de juin, est l'occasion pour tous de (re)découvrir la montagne et pratiquer des activités de plein air.

Comme l'année dernière, cette troisième édition se déroulera le dernier week-end de juin, soit les 27 et 28 juin 2015. Il sera cependant possible de mener des actions durant toute la semaine du 22 au 28 juin 2015, en particulier des séjours ou des actions à destination des scolaires.

2014 en chiffres :

- 260 événements dans plus de 30 départements.
- 8 sur le Massif des Vosges.

La Fête de la Montagne, outil de promotion et de communication au service de la stratégie touristique du Massif des Vosges.

Le Comité technique du Contrat de Destination a retenu le Fête de la Montagne comme outil de promotion et de communication au service de la stratégie touristique du Contrat de Destination Massif des Vosges, notamment des 5 filières.

Une dynamique collective

Le commissariat à l'Aménagement du Massif des Vosges, à travers la mission du chef de projet s'est proposé d'être l'interlocuteur de la Coordination nationale de la Montagne, à l'initiative de la Fête nationale de la Montagne, pour s'emparer et décliner à l'échelle du Massif des Vosges le concept.

Depuis octobre 2014, une dynamique collective animée par le chef de projet du Contrat de Destination, s'est mise en place pour construire la Fête de la Montagne Massif des Vosges. Celle-ci regroupe notamment les représentants du mouvement sportif, fédéré et coordonnée par le Comité Régional Olympique et Sportif d'Alsace – CROSA, ainsi qu'un certain nombre d'acteurs touristiques du Massif des Vosges.

2015, un programme d'une quarantaine d'animation

Une quarantaine d'événement ont d'ores et déjà été identifiés et viendront consolider un programme d'animation dont la traversée du massif des Vosges à pieds, avec la sortie du topo guide GR5/rectangle rouge fin mai et le centenaire de la Route des Crêtes en constitueront le fil directeur. L'inauguration officielle du topo guide se fera à l'occasion de la Fête de la Montagne 2015.

Il a été proposé de construire le programme d'animation et de faire converger les initiatives locales autour de deux portions du GR5 :

- Secteur Nord « Donon-Saverne », orienté plutôt « patrimoine »
- Secteur Sud « Col de la Schlucht-Grand Ballon », orienté plutôt « activités de loisirs et sports de nature, gastronomie ».

L'édition 2015 de la Fête de la Montagne fera l'objet d'un plan de communication spécifique.

(Voir fiche action n°8).

Date de début souhaité et date de fin de l'opération :

Réalisation de l'opération : 27 & 28 juin 2015

Date d'achèvement de l'opération : juillet 2015

Calendrier et échéancier de réalisation :

Du 22 au 28 juin 2015

Volet D : Observation

Le Contrat de destination vise à mettre en place un dispositif d'observation et d'évaluation. Il aura pour objectif de :

- Définir, agréger et suivre au niveau interrégional des données communes pertinentes,
- Définir et suivre des indicateurs de structuration des 5 filières (offre),
- Définir et suivre des indicateurs relatifs aux marchés cibles et aux clientèles visées (fréquentation, baromètre s'appuyant sur l'analyse des différents sites Internet d'avis consommateurs, ...),
- Définir et suivre des indicateurs relatifs à l'analyse des retombées effectivement produites.

Enfin, la mise en place d'un tableau de bord de l'investissement, de l'innovation et du développement durable pourra compléter le dispositif Chiffres clés existant permettant aussi de traiter les questions de l'empreinte carbone, de l'accessibilité de la destination aux clientèles à handicap et de l'attractivité de la marque numérique à l'échelle du Massif des Vosges.

Rappel des actions

Volet D : Observation			
31	Chiffres clés du tourisme : l'emploi et les retombées économiques	PNRBV	Enveloppe chef de projet
32	Etude des activités mushers		

31	Chiffres clés du tourisme : l'emploi et les retombées économiques	PNRBV
-----------	--	--------------

Maître d'ouvrage proposé :

Parc naturel régional des Ballons des Vosges – Chef de projet du Contrat de Destination, animateur du dispositif Observatoire Massif des Vosges.

Partenaires associés :

Partenaires du dispositif observatoire Massif des Vosges : Atout France, INSEE, les DIRECCTE, les observatoires régionaux, les observatoires départementaux, les CCI, les 2 parcs naturels régionaux du Massif des Vosges, le CROSA et les DRJSCS.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 11 000€TTC

Financement sur les crédits de l'enveloppe du chef de projet du Contrat de Destination.

Objectifs poursuivis

L'objectif est de réaliser à l'identique du 1^{er} panorama sur l'offre et la fréquentation, un panorama consacré à l'emploi touristique et aux retombées économiques

Cible visée :

Les collectivités territoriales et les acteurs socio-économiques du Massif des Vosges

Descriptif de l'opération :

L'opération s'inscrit dans le cadre du dispositif observatoire Massif des Vosges mis en place dans le cadre de la stratégie touristique. La réalisation de ce second panorama des chiffres clés du tourisme du Massif des Vosges s'appuiera sur :

- les résultats de l'étude INSEE consacrée à l'emploi touristique du Massif des Vosges réalisée en 2014 ;
- la mobilisation **du dispositif CesAAR (approche filières)**

Le dispositif CesAAR est un groupement national constitué par quatre organismes aux compétences complémentaires et savoir-faire partagé :

Sofred Consultants : stratégie, diagnostic économique, analyse financière et économique
 le Cetim : expertise technique, technologique et une connaissance des filières industrielles
 L'ADIT : veille et intelligence économique
 Les Instituts Carnot : Laboratoires de recherche

Il s'est constitué en 2005 pour répondre au mieux aux besoins d'expertises financiers et économiques d'acteurs publics. La DGCIS travail en partenariat avec ce dispositif, pour réaliser des prestations d'expertises et d'assistance aux actions dans le domaine du développement économique. La Direccte Alsace propose, si possible avec la coopération des deux autres Direccte Lorraine et Franche-Comté, la mobilisation du marché CesAAR, piloté et entièrement financé par l'Etat (DGCIS).

Au programme : la réalisation d'une étude territoriale, réalisée par des consultants privés sélectionnés dans le cadre de ce marché national. Cette étude serait décomposée en 2 volets :

- *primo*, les 5 filières constitutives de la stratégie du Massif, et reprises dans le cadre du contrat de destination Massif des Vosges.
- *secundo*, l'identification de nouvelles filières à potentiel (assortie destinations concurrentes et analysant leur stratégie de développement).

Objectifs :

- Définir des orientations dans la perspective de la structuration des 5 filières
- Définir et suivre des indicateurs de structuration des filières
- Mesurer le poids économique et analyser les potentialités respectives des 5 filières

Cette étude serait complétée par un plan d'actions assorties de priorités.

Un comité de suivi, associant les principaux acteurs institutionnels, seraient à mettre en place. Les conclusions de cette étude seraient présentées aux principaux acteurs de la stratégie du massif, et s'inscriraient notamment en appui des volets « observation » et « structuration des filières » du contrat de destination.

Il serait proposé à la DGCIS que l'étude puisse être lancée à compter du printemps 2015, après retour des 2 autres DIRECCTE, et après réunion préparatoire avec les principaux acteurs concernés. La DIRECCTE Alsace se proposerait d'établir la trame de la démarche sur les bases énoncées précédemment.

Calendrier : lancement printemps 2015. Restitution automne 2015.

- **Atout France**

Rôle et participation à définir. Ressources : panorama du tourisme de la montagne – Edition 2012/2013. Cahier n° : Emploi et retombées économiques.

Livrable :

Brochure papier reliée.
500 exemplaires

Calendrier et échéancier de réalisation :

Fin 2015

32	Etude des activités mushers Massif des Vosges	PNRBV
-----------	--	--------------

Maître d'ouvrage :

Parc naturel régional des Ballons des Vosges – Chef de projet du Contrat de Destination, animateur du groupe de travail des activités nordiques Massif des Vosges.

Partenaires associés :

Les collectivités concernées, les associations de l'environnement, les associations sportives, les Offices de Tourisme, l'ONF, le CRPF, les accompagnateurs en montagne, les mushers, l'ESF, les hébergeurs et restaurateurs, les 2 Parcs naturels régionaux.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 5 000€TTC

Financement sur les crédits de l'enveloppe du chef de projet du Contrat de Destination.

Objectifs poursuivis et attendus de l'étude :

Structuration/organisation de sites de pratique dédiés.

Réalisation d'une charte de bonne conduite.

Création de produits touristiques packagés, en lien avec la filière éco-tourisme et itinérance

Réalisation d'un annuaire des professionnels

Analyse économique des produits, positionnement et tarifs.

Livrables :

- rapport de stage.
- Une charte de bonne conduite
- Fiches produits
- A compléter.
- Convention type

Cible visée :

Les mushers professionnels, les prestataires touristiques , les collectivités locales (communes, etc), les offices de Tourisme.

Descriptif de l'opération :

Eléments de contexte :

Une demande et un engouement

L'engouement du public pour les vacances et les pratiques de pleine nature.

L'engouement pour les pratiques traineaux à chiens dans le massif des Vosges.

Une demande importante.

Une activité éco-touristique en adéquation avec l'environnement et la stratégie

Une activité qui diversifie l'éventail des offres du Massif des Vosges adaptée à chaque saison (offre hiver sans neige)

Une stratégie touristique Massif des Vosges

Structuration et qualification d'une offre 4 saisons (clientèle cible : la famille/la tribu)

Thématiques affinitaires : stations vallée, itinérance et activités et sport de pleine nature.

Développer les nuitées et favoriser les retombées économiques.

Maintenir et développer l'emploi local.

Une offre Massif des Vosges incomplète et à structurer.

La présence de nombreux professionnels sur le massif des Vosges.

Là quasi inexistence de terrains de pratique.

Des freins et des images reçues à lever et à modifier

Plan de l'étude

1. Etat des lieux : diagnostic :

- présentation de l'activité
- image des pratiques
- des professionnels
- analyse SWOT
- les pratiques (public et professionnel)
- les formations
- les agréments
- Analyse économique des activités (poids, analyse produits, positionnement, politique tarifaire)
- Exemples en France et à l'étranger.

2. les enjeux

Définition des enjeux au regard du diagnostic, notamment :

- les terrains de pratique.
- Approche éco-touristique
- Approche des pratiques au regard du label famille +
- Création d'un pôle des activités de traineau à chiens Massif des Vosges.
- Les agréments

3. Plan d'actions :

Pistes d'actions

- Répertoire des professionnels locaux et création d'un réseau de musher.
- Charte de bonne conduite
- Création d'un produit touristique. Commercialisation et promotion
- formation

Mode opératoire

Mise en place d'un comité de pilotage/groupe projet 1^{er} trimestre 2015 ;

Recrutement d'un stagiaire. Mars 2015. Maître d'ouvrage chef de projet Contrat de Destination.

Poste basé à l'antenne du Parc, à Gérardmer.

Professionnel référent : KARPE DIEM émotion

Calendrier de travail

Décembre 14 : définition et validation du projet.

1^{er} trimestre 15 : mise en place du groupe projet.

Stage d'avril 2015 à août 15.

Restitution automne 2015

Mise en œuvre hiver 2015/2016.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Fin 2015

Animation du Contrat de Destination

33	Webmaster	ADT 67
-----------	------------------	---------------

Maître d'ouvrage proposé : ADT67

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du Massif des Vosges, et plus largement tous les partenaires du Contrat de Destination

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 40 000 € TTC (80% d'un Equivalent Temps Plein)

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Répondre aux enjeux fixés par le Contrat de Destination sur internet
Placer le touriste-internaute au cœur du dispositif
Intensifier le travail collaboratif avec les partenaires touristiques du Massif
Définir une feuille de route programmée

Descriptif de l'action :

Création d'une mission de webmaster/chef de projet multimédia pour :

- l'animation du site internet de promotion touristique du Massif des Vosges (rédaction de contenus, mise à jour des informations animation du réseau des contributeurs rédactionnels,
 - le développement du nouveau site internet avec le suivi de l'agence prestataire,
 - l'animation du Comité technique web,
 - la construction et la mise en œuvre d'une politique de référencement naturel des projets,
 - la coordination des initiatives et des commandes en matière de développement (traduction, campagne référencement, promotion et mise en visibilité, etc.),
- le développement et le suivi statistique de consultation du site.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2015

34	Mission du chef de projet du Contrat de destination	PNRBV
-----------	--	--------------

Maître d'ouvrage : Parc naturel régional des Ballons des Vosges.

Partenaires associés :

Les partenaires signataires du Contrat de Destination

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 125 000€ TTC.

Objectifs poursuivis

Coordination et animation du Contrat de Destination.

Description de l'action :

Le tourisme est une carte maîtresse pour le développement économique du Massif des Vosges. Sur la base de ce constat, le Comité de Massif des Vosges et l'ensemble des acteurs touristiques du massif ont collectivement définie une stratégie touristique, en référence au Schéma Interrégional du Massif des Vosges 2007/ 2020.

Cette stratégie s'articule autour :

- de 5 filières (stations vallée, sites de visite, bien-être, itinérance, écotourisme)
- du comité de promotion collective assurant le volet marketing communication de la stratégie

L'animation de chaque filière et du comité de promotion ont été confiée à un acteur touristique institutionnel du massif., qui apporte des moyens humains et financiers.

La coordination de ces 5 filières, du comité de promotion et la cohérence des actions des différentes filières sont assurées depuis le 01 mars 2012, par un chef de projet, représentant 1 ETP supplémentaire.

Ce chef de projet a pour mission :

- De mettre en place la stratégie touristique du Massif des Vosges et son plan d'action à travers la coordination du développement de 5 filières (stations hivernales, sites emblématiques, itinérance, bien-être et éco-tourisme), le développement de produits et la mise en œuvre d'une stratégie marketing dédiée, notamment via le web.
- De manière plus spécifique, le chef de projet anime la filière « nordique » et le dispositif observatoire » du Contrat de Destination.

Sous l'autorité du Comité de Pilotage Multipartite des partenaires financiers de la convention interrégionale du massif des Vosges, il sera responsable de l'avancement du projet de manière coordonnée et cohérente et garant des équilibres.

La volonté d'intensifier et d'accélérer le déploiement de la stratégie via la concrétisation d'un Contrat de Destination.

Les Partenaires Signataires, pleinement conscients de la nécessité d'œuvrer conjointement pour structurer et consolider la destination Massif des Vosges, en accroître sa visibilité tant au plan national que sur les marchés internationaux et d'accroître la qualité de l'accueil sur ce vaste territoire afin de répondre aux exigences qualitatives des clientèles touristiques, ont décidé de renforcer leur coopération via la mise en œuvre d'un Contrat de Destination.

L'inscription de cette mise en œuvre opérationnelle dans une démarche de Contrat de Destination est apparue comme un levier efficace pour promouvoir la destination Massif des Vosges au niveau national et international.

Le contrat de Destination Massif des Vosges a été officiellement signé le 16 décembre 2014, à Paris, à l'occasion d'une cérémonie officielle.

Le Contrat de destination est animé et coordonné par le chef de projet. Le coût de cette animation a vocation à être inclus dans l'enveloppe globale annuelle de la mise en œuvre du contrat cadre de destination. Il vient donc en déduction des montants prévus pour chaque partenaire.

Le présent projet porte sur la reconduction pour une période d'un an :

- Du financement des postes et de leurs charges induites :
 - de la mission du chef de projet à temps complet
 - de la mission de secrétariat à mi-temps.

- D'opérations spécifiques, assurées dans le cadre de la mission :
 - réalisation d'une étude musher (stagiaire sur 5 mois)
 - réalisation de publications (chiffres clés sur l'emploi et les retombées économiques et/ou le Contrat de Destination : mode d'emploi).


Calendrier et échéancier de réalisation :

du 01 mars 2015 au 29 février 2016.

ANNEXE 2 Maquette financière

PROGRAMME D'ACTIONS 2015 DU CONTRAT DE DESTINATION MASSIF DES VOSGES

Plan de financement

	Volet	N°action	Porteur	Montant cofinancement public	Plan de financement													Coût	
				TTC	FEDER	FNADT/DGE	CR Lorraine	CR Alsace	CR Franche-Comté	CG 67	CG 68	CG 88	CG 57	CG 54	CG 90	CG 70	Autre	Total	
Actions portées par PNRBV																			
Phase 2 appel à initiatives éco-tourisme	A	3	PNRBV	28 000 €		14 000 €	7 000 €	7 000 €										28 000 €	
Animation du Contrat de Destination (mission chef de projet, éditions, chiffres-clés, études)	D	31, 32, 34		125 000 €	62 500 €	27 500 €	15 000 €	15 000 €	5 000 €										125 000 €
Actions portées par ADT 67				106 304 €	53 152 €	8 812 €					15 210 €	10 340 €		9 910 €	8 880 €			26 576 €	132 880 €
Développement du concept de Marche Sauvage	A	1	ADT 67	5 000 €															
Labellisation GR5 label européen	A	2		6 000 €															
Adhésion - Cluster tourisme et sports de pleine nature	C	28		2 304 €															
Programme de promotion du Topoguide GR5/53 et promotion fête de la montagne	B	9		25 000 €															
Reportage photos thématiques	B	10		15 000 €															
1ère Marche Sauvage	A			PM															
Green France				PM															
Accueil blogueur été	B	12		10 000 €															
Webmaster		33		40 000 €															
Audit de 10 sites touristiques	A	5		3 000 €															
Actions portées par CG 88																			
Programme d'actions /station + poste d'animations	A	4	CG 88	136 800 €	60 800 €	30 400 €	7 600 €	7 600 €	4 560 €	3 040 €	4 560 €	15 200 €			3 040 €		15 200 €	152 000 €	
Actions portées par ADT 68 - SO NORDIC																			
So'Nordic	C	29	ADT 68	35 000 €		25 000 €	5 000 €	5 000 €									10 000 €	45 000 €	
Actions portées par coordination montagne																			
Fête de la Montagne	C	30	Coordination Montagne	15 000 €		15 000 €											91 305 €	106 305 €	
Actions portées par ADT 68 - France				83 640 €	41 820 €	12 000 €						9 640 €	7 470 €			4 430 €	8 280 €	70 000 €	153 640 €
Adhésion - Cluster tourisme et bien-être	C	27	ADT 68	2 640 €															
Conception d'un document dématérialisé bien-être	B	6		3 000 €															
SITV	B	11		50 000 €															
Passions Vosges	B	13		28 000 €															
Actions portées par CRT Lorraine				45 000 €	22 500 €	22 500 €												11 250 €	56 250 €
2 Dossiers de presse génériques (printemps/été et automne/hiver)	B	7	CRT Lorraine	10 000 €															
Agence de communication	B	8		35 000 €															
Conférence de presse	B			0 €															
Actions portées par ADT 68 - étranger				198 008 €	99 004 €	77 764 €	8 190 €	6 860 €	6 190 €									49 502 €	247 510 €
Allemagne - Accueil bloggeurs	B	14	ADT 68	1 200 €															
Allemagne - Campagne de communication	B	15		39 600 €															
Allemagne - Salon Stuttgart	B	16		16 308 €															
Belgique - Campagne de communication: blogueur témoin	B	17		54 000 €															
Belgique - Campagne marketing d'influence	B	18		24 000 €															
Belgique - Workshop presse	B	19		3 120 €															
Belgique - Fietswandelbeurs Anvers 2016	B	20		3 780 €															
Belgique - Salon des Vacances Bruxelles 2016	B	21		24 000 €															
NL - Opération 'Tour de France de corne'	B	22		1 000 €															
NL - Accueil de presse journaliste	B	23		5 000 €															
NL - Workshop presse hiver	B	24		5 000 €															
NL - Emission TV go Cycling	B	25		15 000 €															
NL - Vakantiebeurs Utrecht	B	26	6 000 €																
TOTAL				772 752	339 776	232 976	42 790	41 460	15 750	18 250	24 540	22 670	9 910	8 880	7 470	8 280	273 833	1 046 585	

ANNEXE

ACCOMPAGNEMENT ET ANIMATION DE LA FILIERE STATIONS-VALLEES

PLAN DE FINANCEMENT PREVISIONNEL 2015-2016

Financier	2015	2016	Total 2015-2016	Taux de financement arrondi
Etat FNADT	30 400 €	33 600 €	64 000 €	20 %
Europe FEDER	60 800 €	67 200 €	128 000 €	40 %
Conseil départemental des Vosges (maître d'ouvrage)	15 200 €	16 800 €	32 000 €	10 %
Conseil régional de Lorraine	7 600 €	8 400 €	16 000 €	5 %
Conseil régional d'Alsace	7 600 €	8 400 €	16 000 €	5 %
Conseil régional de Franche-Comté	4 560 €	5 040 €	9 600 €	3 %
Conseil départemental du Haut-Rhin	4 560 €	5 040 €	9 600 €	3 %
Conseil départemental du Bas-Rhin	3 040 €	3 360 €	6 400 €	2 %
Conseil départemental du Territoire de Belfort	3 040 €	3 360 €	6 400 €	2 %
Ballon d'Alsace	1 358 €	2 296 €	3 654 €	1,1 %
Champ du Feu	1 755 €	1 604 €	3 359 €	1,0 %
Gérardmer	1 325 €	1 472 €	2 797 €	0,9 %
Lac Blanc	1 788 €	1 901 €	3 689 €	1,2 %
La Bresse	1 325 €	1 472 €	2 797 €	0,9 %
Larcenaire	1 391 €	1 505 €	2 896 €	0,9 %
Markstein	1 358 €	1 472 €	2 830 €	0,9 %
Rouge Gazon	1 623 €	1 538 €	3 161 €	1,0 %
Schnepfenried	1 722 €	1 835 €	3 557 €	1,1 %
Ventron	1 556 €	1 703 €	3 259 €	1,0 %
Total	152 000 €	168 000 €	320 000 €	100 %