

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 %



MASSIF DES VOSGES

mille envies de découvertes

Contrat de Destination Annuel 2016 Massif des Vosges

Avril 2016



Fonds Européen
de Développement Régional



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Région **ALSACE**
CHAMPAGNE-ARDENNE
LORRAINE

région **BOURGOGNE**
FRANCHE-COMTÉ



CONSEIL DÉPARTEMENTAL
Bas-Rhin

Conseil départemental



Haut-Rhin



Territoire de Belfort
Le Département



haute
saône
LE DÉPARTEMENT



LA VIE EN
VOSGES
le Département



MEURTHE & MOSELLE
CONSEIL DÉPARTEMENTAL



Département
Moselle
Réussir ensemble !

CONTRAT DE DESTINATION « MASSIF DES VOSGES » 2016

ENTRE :

L'Etat – représenté par Monsieur Stéphane FRATACCI, préfet de la région Alsace Champagne-Ardenne Lorraine, ci après dénommé « l'Etat »

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

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

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 2016 en réunions**
 - **du Comité Technique du Contrat de Destination du 16 septembre 2015.**
 - **du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation du 15 octobre 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 Champagne-Ardenne Lorraine et Bourgogne Franche-Comté, 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 2016, 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 2016.

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 2016.

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 2016 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.

3.2. Référents techniques

Un groupe de travail des référents techniques du Contrat de Destination a été mis en place en 2015. Il est composé d'un référent par collectivité signataire, un référent par action et d'un référent communication et promotion par collectivité signataire.

Il se réunit une fois par mois. Il a pour objectifs la mise en œuvre opérationnelle du programme d'actions annuel et la préparation des Comités Techniques. Le groupe est co-animé par le chef de projet du Contrat de Destination et l'ADT 68 (Alsace Destination Tourisme à partir du 01 juillet 2016) qui assure le suivi administratif et financier des actions.

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 2016 et engagements financiers

Le coût total du programme d'actions 2016 s'élève à **826 806 €**. Le besoin de financement de ce programme, hors fonds FEDER Massif des Vosges, s'élève à **420 396 €**.

Les partenaires financiers du présent contrat s'engagent à contribuer au financement des actions inscrites au présent contrat à hauteur de **420 396 €** 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.

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) : **300 759 €**
- Autofinancement et fonds privés : **105 651 €**

Soit le tableau récapitulatif ci-dessous :

FEDER	300 759 €
Sous total A	300 759 €
Etat	196 563 €
Autre dont DGE	23 833 €
Conseil régional d'Alsace Champagne-Ardenne Lorraine	84 250 €
Conseil régional de Bourgogne 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 (Moselle Tourisme - ADT)	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 €
Sous total B	420 396 €
Autofinancement et fonds privés	105 651 €
TOTAL	826 806 €

**dont 19 500 euros pris en charge par Haute-Alsace Tourisme - Agence de Développement Touristique*

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 2016

A - Par volets

	Actions	Maitre d'ouvrage *	Coût financement public
Volet A : Structuration et qualification de l'offre			
1	6ème assises nationale des randonnées (1)	IDEAL	78 102€
2	Labellisation GR5 label européen	ADT 67	10 000 €
3	Inventaire de l'offre vélo	ADT 67	5 000 €
4	Programme d'actions /station + poste d'animations	CD 88	151 200 €
5	Audit de 10 sites touristiques	ADT 67	1 000 €
6	Forêt (traductions)	CD 88	2 500 €
Sous total A			247 802 €

(1) Les subventions régionales ont été attribuées en 2015

Volet B : Marketing, promotion et communication			
9	Espace pro et photothèque commune	PNRBV	Enveloppe CP (7500 €)
10	Campagne de communication, marketing et référencement	ADT 67	40 000 €
11	Hébergement, mises à jour et développement du site internet	ADT 67	11 500 €
12	Fiche-produit PDF générique type	CD 88	2 000 €
13	Document spécifique sports de nature	ADT 67	17 500 €
14	Reportage photos	ADT 67	25 000 €
15	Agence de presse nationale	CRT Lorraine	45 000 €
16	Stratégie marketing territoriale	CRT Lorraine	Enveloppe 2015 (24 000€)
17	Stratégie de marque	PNRBV	Enveloppe CP * (6 500 €)
18	Réédition carte massif des Vosges	ADT 68	25 000 €
Sous total			166 000 €
Actions marchés France			
21	Salon des randonneurs - LYON	ADT 67	40 000 €
22	Kid expo - PARIS	CD 88	38 500 €
Sous total			78 500 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
23	Réimpression du booklet 2015	ADT 68	4 200 €
24	Programme de développement avec Tour Opérateur		7080 €
			11 280 €
Belgique			
25	Déjeuner presse /workshop hiver	ADT 68	3 120
			3 120 €
Pays-bas			
26	Workshop presse Atout France	ADT 68	1 620 €
27	Campagne France 2016		18 000 €
			19 620 €
Sous total			278 520 €

Volet C : Intégration territoriale du tourisme			
7	Cluster tourisme et bien-être	ADT 68	3000 €
8	Cluster tourisme et sports de pleine nature	ADT 67	3000 €
19	So'Nordic Massif des Vosges	ADT 68	0 €
20	Fête de la Montagne	CD 88	0 €
Sous total C			6 000 €

Volet D: Observation et évaluation			
28	Valorisation de l'observatoire et poursuite des chiffres clés sur l'emploi et les retombées économiques.	PNRBV	Enveloppe CP *
Sous total			0 €

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

* Maitrise d'ouvrage administrative et financière.

* CP : chef de projet.

Tableau synthétique par volet

Volet	Montant
A : Structuration et qualification de l'offre	247 802 €
B : Marketing, promotion et communication	278 520 €
C : Intégration territoriale du tourisme	6 000 €
D : Observation	0€
Animation du Contrat de Destination	165 000 €
TOTAL	697 322 € (1)

(1) : coût total des financements publics hors coût d'autofinancement (105 651 €) et hors coûts autres (23 833 €). Voir maquette financière en annexe 2.

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

Parc naturel régional des Ballons des Vosges		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
29	Animation du Contrat de Destination	125 000 €
Sous total		125 000 €

ADT 67		
N°	Actions	Cofinancement prévisionnel
2	Labellisation GR5 label européen	10 000 €
8	Cluster tourisme et sports de pleine nature	3 000 €
3	Inventaire offre vélo	5 000 €
14	Reportage photos hiver	25 000 €
11	Hébergement & développement	11 500 €
20	Webmaster	40 000 €
10	Campagne web marketing	40 000 €
5	Audit de 10 sites touristiques	1 000 €
13	Document d'appel génériques activités	17 500 €
20	Salon du randonneur	40 000 €
Sous total		193 000 €

ADT 68		
N°	Actions	Cofinancement prévisionnel
17	Réédition carte touristique	25 000 €
18	so'nordic	0 €
19	Fête de la montagne	0 €
7	Adhésion cluster tourisme & bien-être	3000 €
Marchés étrangers		
22	Réédition booklet allemand	4200€
23	Collaboration avec un grossiste allemand	7080 €
24	Belgique – déjeuner presse/workshop hiver	3120 €
25	Pays-Bas – workshop presse Atout France	1620 €
26	Campagne France	18 000 €
Sous total		62 020 €

CD 88		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
4	Programme d'actions /station + poste d'animation	151 200 €
6	Foré	2500 €
12	Fiche produit générique	2000 €
21	Kid expo	38 500 €
Sous total		194 200 €

CRT Lorraine		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
15	Agence de presse	45 000 €
16	Stratégie marketing territoriale	Enveloppe 2015 (24 000€)
Sous total		45 000 €

Réseau IDEAL		
N°	Actions	Cofinancement prévisionnel
1	6 ^{eme} Assises nationales des randonnées	78 102 €
Sous total		78 102 €

TOTAL		697 322 €
--------------	--	------------------

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 : Massif des Vosges en famille, 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. Une réflexion sur une labellisation « Grand Site de France », portée par le Parc naturel régional des Ballons des Vosges, est engagée.

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 *	Cofinancements prévisionnels
Volet A : Structuration et qualification de l'offre			
1	6ème assises nationale des randonnées	ADT 67	78 102€
2	Labellisation GR5 label européen	ADT 67	10 000 €
3	Inventaire de l'offre vélo	ADT 67	5 000 €
4	Programme d'actions /station + poste d'animation	CD 88	151 200 €
5	Audit de 10 sites touristiques	ADT 67	1 000 €
6	Forêt (traductions)	CD 88	2 500 €
Sous total A			247 802 €

* Maitrise d'ouvrage administrative et financière.

1	6^{ème} Assises nationale des randonnées	Réseau IDEAL
---	---	-------------------------

Partenaires associés :

Préfecture de Lorraine - Conseil Régional d'Alsace Champagne-Ardenne Lorraine - Conseil Départemental du Bas-Rhin - Conseil Départemental du Haut-Rhin - Conseil Départemental de Meurthe-et-Moselle - Conseil Départemental de Moselle - Conseil Départemental des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 78102 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Le Massif des Vosges mène une stratégie ambitieuse de développement touristique autour de cinq filières : stations vallée, sites de visite, bien-être, itinérance, écotourisme. Le tourisme, carte maitresse pour son développement est un levier indispensable pour promouvoir la destination au plan national et international. La démarche de « contrat de destination » formalisée en 2014 constitue une véritable reconnaissance du travail mené conjointement par tous les acteurs institutionnels en termes de soutien financier, d'animation et de mise en œuvre opérationnelle des actions. La filière « itinérance » s'attache notamment au développement et à la promotion de la randonnée. Avec ses 18 000 km d'itinéraires de sentiers, balisés et entretenus, le Massif des Vosges est un espace privilégié pour les randonneurs. Cette filière relativement nouvelle associe l'ensemble des professionnels : itinéraires, hébergements, sites de visites et activités de découvertes du Massif. Elle vise à développer l'image d'un massif propice aux randonnées et activités de pleine nature, conquérir une clientèle de randonneurs itinérants 4 saisons, mettre en réseau les acteurs et accompagner financièrement les porteurs de projets.

C'est pourquoi, après le succès des précédentes éditions des Assises Nationales des Randonnées à Marseille, Pau, Saint-Quay-Portrieux, Tarascon-sur-Ariège et Niort, le Commissariat au Massif des Vosges a répondu favorablement à l'appel à candidatures pour accueillir et co-organiser avec l'Association Réseau IDEAL et le Réseau Randonnées et Activités de Pleine Nature (RAPN) la 6^{ème} édition de cet événement itinérant à Saverne en 2016. Cet événement permettra de mettre en avant au plan national les actions réalisées et de les mutualiser avec les 300 participants attendus

Cible visée :

Collectivités territoriales, associations.

Descriptif de l'action :

Les Assises Nationales des Randonnées alternent pendant deux journées séances plénières, sessions d'ateliers thématiques, temps salon professionnel, déjeuner, visites de sites, et temps convivial En contrepartie de leur soutien financier, les partenaires du Massif des Vosges: participent au Comité de Pilotage chargé de construire le programme, interviennent le jour J pour présenter leurs réalisations, bénéficient d'une visibilité sur l'ensemble des supports de promotion (logos sur site internet, programme routé au plan national et guide du participant remis aux congressistes), communiquent sur l'espace exposition et disposent d'autant d'invitations gratuites que nécessaire pour les élus, services, associations et professionnels concernés de leur territoire.

Calendrier et échéancier de réalisation :

13 octobre 2014 : 1ère réunion de présentation aux partenaires à Mittelwihr et visite de l'Espace Rohan à Saverne.

28 janvier 2015 : proposition de candidature adressée aux partenaires pressentis par le Commissariat du Massif des Vosges et l'ADT 67.

23 avril 2015 : sollicitation du soutien financier des partenaires pressentis par Réseau IDEAL /Réseau RAPN.

26 juin 2015 : décision de lancement au vu des retours des 8 partenaires : Préfecture de Lorraine, Régions Lorraine et Alsace, CD 67, 68, 88, 54 et 57.

8 septembre 2015 : 1^{er} Comité de Pilotage Septembre / décembre 2015 : Construction du programme, sollicitation des intervenants, lancement du site internet, actions de communication, mobilisation des partenaires professionnels...

Fin janvier 2016 : bouclage du programme / impression / diffusion.

26 et 27 avril 2016 : 6èmes Assises Nationales des Randonnées à Saverne.

Septembre 2016 : présentation du bilan quantitatif, qualitatif et financier aux partenaire

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

Partenaires associés :

Les membres du groupe de travail itinérance, en particulier la Fédération du Club Vosgien, la FFRandonnée ainsi que la Fédération Européenne de la Randonnée Pédestre (FERP)

Estimation du coût de l'opération : 10 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Reconnaissance de la Traversée du Massif des Vosges (GR53/5 Rectangle rouge) comme itinéraire d'excellence au niveau européen grâce au label « Leading Quality Trail – Best of Europe » (LQT)

Cible visée : Public de randonneurs européens

Descriptif de l'action :

L'année 2015 a permis de préparer la candidature de la Traversée du Massif des Vosges avec l'organisation d'un voyage d'étude pour échanger avec des itinéraires proches déjà labellisés (Mullerthal Trail / Luxembourg, Veldenzweg / Palatinat). Une formation de 2 jours à Châtenois a ensuite été dispensée par la FERP pour familiariser 12 évaluateurs bénévoles du Club Vosgien et de la FFRandonnée avec les critères LQT et la collecte de données. Ces derniers ont pu procéder ensuite aux relevés de terrain entre les mois d'août et d'octobre 2015.

Les résultats ont mis en avant la qualité globale de l'itinéraire mais aussi certaines marges de progrès. 2 chantiers ont ainsi été identifiés pour 2016 :

- des problématiques d'aménagement du GR53-5 avec quelques améliorations du tracé et du balisage ainsi que la mise en place de panneaux d'information au niveau des étapes journalières ;
- un travail de « mise en tourisme » de l'itinéraire (choix d'un nom pour les marchés étrangers, logo, charte graphique, vidéo de présentation, etc.).

L'enveloppe prévue devrait permettre de progresser dans ces domaines et de couvrir les frais de labellisation si l'itinéraire remplit l'ensemble des critères requis, mais des moyens supplémentaires devront être trouvés par ailleurs pour la réalisation des supports et leur implantation.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

3	Inventaire de l'offre vélo	ADT 67
----------	-----------------------------------	---------------

Partenaires associés :

Les membres du groupe de travail itinérance et les partenaires du Massif des Vosges engagés dans la valorisation du cyclotourisme

Estimation du coût de l'opération : 5 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Avoir une connaissance approfondie de l'offre au niveau de la filière vélo à l'échelle du Massif des Vosges afin d'accompagner les actions de promotion prévues pour 2016 et 2017.

Cible visée :

Grand public

Descriptif de l'action :

Pour préparer l'édition du support dédié à la randonnée pédestre et au cyclotourisme (voir FA9) et les actions de promotion de ces activités, il est proposé de confier une mission de 6 mois à un(e) stagiaire pour :

- Procéder à un inventaire de l'offre au niveau de la filière cyclo sportive, du VTT et du vélo électrique sur le Massif des Vosges ;
- Accompagner la réflexion autour de l'édition du document de promotion et suivre sa réalisation ;
- Participer à la co-organisation des Assises des randonnées et des activités de pleine nature (à Saverne les 26 et 27 avril 2016) ;
- Prendre part à l'animation de la filière itinérance et à la mise en œuvre du programme d'actions correspondant.

Calendrier et échéancier de réalisation : Février à juin 2016

4	Programme d'accompagnement et d'animation Stations-vallées : actions individuelles et collectives	CD88
----------	--	-------------

Partenaires associés : Etat, Régions Alsace Champagne-Ardenne Lorraine et Bourgogne Franche-Comté Départements des Vosges, du Haut-Rhin, du Bas-Rhin et du Territoire de Belfort, Communes et Syndicats Mixtes des 10 stations impliquées dans la démarche

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 151 200 TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :
Poursuivre l'accompagnement des stations-vallées à travers des actions collectives et individuelles pour chaque station-vallée impliquée

Cible visée : Marché France – Clientèle familles avec enfants

Descriptif de l'action :

Actions collectives :

- pilotage et animation de la démarche à l'échelle du massif
- mise en place d'ateliers techniques pour les socio-professionnels
- formations référents famille
- organisation d'un eductour en hiver
- aide à la communication, destinée à positionner le massif comme destination famille à part entière
- conception d'une offre randonnée Famille sur le massif

Actions individuelles autour de 3 axes stratégiques :

- L'aménagement : accompagner chaque station dont les besoins en termes d'aménagement ont été soulignés lors de l'audit et représentent des éléments urgents à prendre en considération.
- communication : objectif que chaque station se dote d'un positionnement famille, à travers un argumentaire adapté, défini par l'identification des éléments différenciateurs de la station.
- gouvernance : mettre en place une gouvernance « station » qui rétablisse la connexion souvent insuffisante entre la « station » et la « vallée » et suive une vision commune avec des champs de compétences clairs et la définition d'actions prioritaires à mener.
- audit : audit du Ballon d'Alsace, seule station non-auditée à ce stade.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

5	Audits de 10 sites de visite touristiques 2^{ème} tranche	ADT 67
----------	--	---------------

Partenaires associés :

Partenaires du Contrat de Destination, Rn2D

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 1 000 €

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).

Descriptif de l'action

Les ADT peuvent devenir depuis fin 2014 partenaires locaux de la Marque Qualité Tourisme sur leur territoire. D'après l'expérience de différents territoires engagés préalablement dans la démarche, le Rn2D a suggéré de privilégier l'intervention des ADT en faveur des filières « lieux de visite » et « activités sportives et deloisirs ».

Ainsi, l'ADT du Bas-Rhin, ainsi que l'ADT de Haute-Alsace, sont devenues en 2015 partenaires locaux de la Marque Qualité Tourisme pour leurs territoires respectifs. A l'échelle du Massif des Vosges, elles rejoignent Moselle Tourisme et le CRT Franche-Comté déjà engagés dans cette démarche. D'autres solutions existent pour les sites non-couverts, notamment par le biais de la Fédération des Ecomusées et des Musées de Société.

En 2015, l'ADT67 a lancé un premier appel à candidature à destination d'une dizaine de sites de visites du massif dans le cadre du Contrat de Destination.

L'enveloppe prévue en 2016 pourrait permettre une prise en charge partielle du coût de l'audit selon les mêmes modalités qu'en 2015, l'accent étant mis sur le tourisme industriel et les savoir-faire.

Pour information, cette enveloppe est abondée depuis fin 2015 par la DIRECCTE Alsace qui a souhaité flécher 4 000 € supplémentaires pour 3 ans au profit des sites de visites du Massif des Vosges.

Cible visée :

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

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

6	Traduction de supports de communication du concept « FORÊ, l'effet Vosges »	CD88
----------	--	-------------

Partenaires associés : Partenaires techniques du Contrat de Destination.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 2 500 TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus

Le Contrat de Destination Massif des Vosges ayant vocation à déployer des actions de communication auprès des marchés étrangers de proximité, il apparaît nécessaire de procéder à la traduction de certains supports de communication du concept FORÊ, l'Effet Vosges, notamment promu dans le cadre de la filière bien-être.

Cible visée : Marchés visés dans le cadre du Contrat de Destination

Descriptif de l'action :

Il s'agira de procéder à la traduction des supports suivants :

- site Internet grand public ;
- brochure d'appel ;
- dossier de presse.

Ces traductions permettront de valoriser les hébergeurs et prestataires du massif des Vosges engagés dans la démarche, auprès des clientèles étrangères.

Pour 2016, une traduction en une langue uniquement sera réalisée.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

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			
9	Espace pro et photothèque commune	PNRBV	Enveloppe CP (7500 €)
10	Campagne de communication, marketing et référencement	ADT 67	40 000 €
11	Hébergement, mises à jour, développement (rubrique famille)	ADT 67	11 500 €
12	Fiche-produit PDF générique type	CD 88	2 000 €
13	Document spécifique sports de nature	ADT 67	17 500 €
14	Reportage photos	ADT 67	25 000 €
15	Agence de presse nationale	CRT Lorraine	45 000 €
16	Mission d'accompagnement en stratégie marketing territoriale	CRT Lorraine	Enveloppe 2015 €
17	Stratégie de marque	PNRBV	Enveloppe CP (6500 €)
18	Réédition carte massif des Vosges	ADT 68	25 000 €
		Sous total	166 000 €
Actions marchés France			
21	Salon des randonneurs - LYON	ADT 67	40 000 €
22	Kid expo - PARIS	CD 88	38 500 €
		Sous total	78 500 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
23	Réimpression du booklet 2015	ADT 68	4 200 €
24	Programme de développement avec TO		7080 €
			11 280 €
Belgique			
25	Déjeuner presse /workshop hiver (octobre)	ADT 68	3 120
			3 120 €
Pays-bas			
26	Workshop presse Atout France (18/02/2016)	ADT 68	1 620 €
27	Campagne France 2016		18 000 €
			19 620 €
		Sous total	278 520 €

9	Création d'un espace pro	Chef de projet Webmaster
----------	---------------------------------	-------------------------------------

Partenaires associés :

Partenaires techniques du Contrat de Destination

Cofinancement prévisionnel de l'opération :

Financement sur l'enveloppe du chef de projet (7500 € TTC)

Objectifs poursuivis et effets attendus :

L'espace pro du site internet massif-des-vosges.com se veut être une plateforme ressources et d'information à destination des publics cibles, avec pour objectifs :

- Accroître la lisibilité et la visibilité de la démarche Massif des Vosges, en consolidant une communication digitale.
- Etre un support de communication de la stratégie touristique Massif des Vosges et des actions menées.
- Etre un centre de ressources pour les publics cibles.
- Renforcer le partenariat entre le collectif Massif des Vosges, les organismes institutionnels, les professionnels et les médias.
- Envoyer une lettre d'information.
- Proposer une photothèque.
- Accompagner et aider les professionnels du tourisme avec pour objectifs :
 - ✓ Permettre aux professionnels de se faire connaître, se présenter, notamment les acteurs situés dans une proximité géographique (afin notamment d'identifier, pour les actions collectives, des transversalités de besoins dans un zone géographique déterminées.
 - ✓ De favoriser des actions collectives
 - ✓ Informer sur les dispositifs d'aide existants.
 - ✓ Outiller de supports de communication (vidéos, éditions, brochures, etc).

Cibles visées :

- Les acteurs institutionnels.
- Les professionnels du massif.
- les médias.
- Les ambassadeurs

Descriptif de l'action :

- dernier trimestre 2015 : réalisation d'un cahier des charges et d'une arborescence du site.
- 1^{er} trimestre 2016 : Elaboration et mise en ligne.
- 2^{ème} et 3^{ème} trimestre 2016 : alimentation et promotion de l'utilisation du site.

Calendrier et échéancier de réalisation :

2^{ème} trimestre 2016

10**Campagne de référencement**
massif-des-vosges.com**ADT 67****Partenaires associés :**

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

Estimation du coût de l'opération : 40 000 € TTC**Objectifs poursuivis et effets attendus :**

Répondre aux enjeux fixés par le Contrat de Destination.
Promouvoir le site Massif des Vosges et développer la notoriété de la destination Massif des Vosges à travers une stratégie de communication ciblée.

Descriptif de l'action :

Élaboration d'une stratégie de communication globale sur le web et à travers la presse spécialisée.

Cibles principales (grand public-cibles prescripteurs) : internautes, consommateurs de loisirs plein air, grand public.

Actions :

- Communication web : Mise en place de comptes publicitaires pour une campagne Adword, display, retargeting, de l'achat de mots clés ; Outils d'e-publicité : bannières publicitaires, pop-up ; Modules de social web (SMO, pour l'optimisation de notre présence sur nos réseaux sociaux (achat publicitaire, jeu concours Facebook, etc.), etc.
- Communication presse spécialisée : insertions dans un magazine national et un magazine local.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

11	Développement du site internet massif-des-vosges.com	ADT 67
-----------	---	---------------

Partenaires associés :

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

Estimation du coût de l'opération : 11 500 TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Répondre aux enjeux fixés par le Contrat de Destination.
Placer le touriste-internaute au cœur du dispositif.
Intensifier le travail collaboratif avec les partenaires touristiques du massif.

Cible visée :

Le site Internet s'adresse à la fois aux touristes français et locaux et aux touristes étrangers avec comme cibles prioritaires les pays suivant :

- l'Allemagne ;
- les Pays-Bas ;
- la Belgique ;
- le Luxembourg ;
- la Suisse.

Descriptif de l'action :

Dans le cadre du Contrat de Destination Massif des Vosges, le travail de refonte du site Internet www.massif-des-vosges.com a démarré fin 2014 afin d'en améliorer les fonctionnalités et d'augmenter la visibilité en ligne de la destination.

Les dépenses estimées pour 2016 sont nécessaires afin d'assurer la pérennité et l'efficacité du site Internet. Ces dépenses concernent : les frais récurrents nécessaires au bon développement du site, les traductions, le développement d'une rubrique famille, la mise en place d'une e-newsletter d'information, l'hébergement du site, etc.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

12	Mise en place d'un système automatique de mise en forme des fiches-produits depuis LEI et SITLOR	CD88
-----------	---	-------------

Partenaires associés : Partenaires techniques du Contrat de Destination

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 2 000 TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Générer automatiquement une mise en forme homogène, agréable visuellement et conforme à la charte graphique du Massif des Vosges, des fiches produits et séjours issues de LEI et SITLOR et concernant les 5 filières du contrat de destination, en documents au format .pdf.

Cible visée : Marchés visés dans le cadre du Contrat de Destination

Descriptif de l'action :

Travail sur la déclinaison de la charte Massif des Vosges pour une mise en forme homogène mais distinctive pour les 5 filières concernées.
 Coordination des prestataires techniques internes et externes pour interfaçage de LEI, SITLOR avec le système de mise en forme pdf automatique.
 Définition des OT du Massif intéressés pour utiliser le système.

Calendrier et échéancier de réalisation : 1^{er} semestre 2016

13	Réalisation d'un document spécifique Sports de Pleine Nature	ADT 67
-----------	---	---------------

Partenaires associés :

Les CDT / CRT du Massif des Vosges et les membres de la filière « itinérance ».

Estimation du coût de l'opération : 17 500 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Disposer d'un support papier multilingue pour valoriser les possibilités d'itinérance sur le Massif des Vosges lors des opérations de promotion prévues dans le Contrat de Destination.

Cibles visés :

Grand public

Descriptif de l'action :

Le Massif des Vosges est particulièrement actif en matière de propositions d'activités de pleine nature et d'itinérances mais n'a actuellement pas de support spécifique édité pour promouvoir cette offre, notamment sur les marchés étrangers.

Devant ce constat, les partenaires du Massif des Vosges ont souhaité disposer d'un support synthétique pour valoriser les itinérances en matière de :

- randonnées pédestres, avec la Traversée du Massif des Vosges (GR53-5) mais également d'autres itinéraires emblématiques comme le chemin de St- Jacques, le Tour des Ballons et autres circuits thématiques ;
- cyclotourisme, avec les nouvelles propositions pour les cycloportifs (inspirées par les passages du Tour de France), les voies vertes, les vélos à assistance électrique et les itinéraires VTT par exemple.

Une évocation des circuits équestres pourrait également être intégrée, la filière étant particulièrement dynamique dans le Massif des Vosges.

Pour élaborer ce document, qui devra intégrer un volet cartographique important, un travail de recensement est nécessaire et pourra être alimenté par le biais du stage prévu par la fiche action n°3. Idéalement, il faudrait pouvoir en disposer pour le salon du Randonneur de Lyon en mars, mais de façon plus réaliste, il pourrait être diffusé lors des opérations du 2^e semestre 2016 et de celles prévues en 2017.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

14	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 : 25 000 € 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 :

L'année 2015 a permis d'engager cette action avec 3 journées de reportage illustrant les activités de pleine nature en saison estivale. Il est proposé de continuer de façon complémentaire ce travail en priorisant 5 journées de reportages sur les activités hivernales et des prises de vues en intérieur. La méthodologie employée serait la même pour garantir le niveau de qualité et la cohérence des outils, à savoir :

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 ;
- Recommandations 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 la promotion du tourisme dans le Massif des Vosges.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

15	Mise en œuvre d'une stratégie de presse nationale	CRT
-----------	--	------------

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 : 45 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

L'Agence de presse retenue aura à réaliser pour le compte des acteurs du Massif des Vosges les travaux suivants

- Conseil et mise en œuvre d'une stratégie de communication globale.
- Constituer un fichier presse.
- Réalisation de dossiers de presse.
- Réalisation d'opération(s) de Relations Presse à Paris.
- Réalisation de communiqués de presse.
- Réalisation d'accueil presse.
- Suivi des Relations Presse dans l'année.
- Réalisation d'un revue de presse.
- Production d'un rapport d'activités mensuel.

Descriptif de l'action :

De nombreuses initiatives sont portées par les différents institutionnels, socioprofessionnels et acteurs touristiques sur le territoire du Massif des Vosges pour affirmer, communiquer et diffuser la richesse de l'offre touristique du territoire.

Le constat partagé par l'ensemble de ces acteurs est celui du manque d'harmonie des messages adressés et du besoin d'outils de communication communs que tout un chacun puisse facilement s'approprier.

Il s'agit ainsi de concevoir une stratégie de relations presse qui permettra à l'ensemble des partenaires du Contrat de Destination (institutionnels, socioprofessionnels et acteurs touristiques) de s'adresser de manière uniforme et concertée aux **journalistes français de la presse nationale et régionale du secteur du tourisme (presse tourisme ou pages tourisme de la presse généraliste)**.

L'action consiste à procéder au recrutement d'une agence de presse nationale sur la base d'une consultation et d'engager avec l'agence retenue une stratégie presse.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Novembre 2015 : lancement de la consultation.

Décembre 2015 : sélection de l'agence.

Janvier 2016 : démarrage de l'activité de l'agence

16	Mission d'accompagnement et de conseil en stratégie de marketing territorial	CRT
-----------	---	------------

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 :

Enveloppe Contrat de Destination annuel 2015 (24 000 € TTC)

Objectifs poursuivis et effets attendus :

A partir de l'ensemble des études et documents fourni au prestataire, le travail attendu est le suivant :

- Bilan et analyse des actions engagées jusqu'à présent : études, communication et promotion.
- Mise en forme d'une stratégie de marketing territorial à partir du cadre stratégique existant et préconisations pour affiner les couples marchés/produits.
- Préconisations méthodologiques et organisationnelles (gouvernance) pour une mise en synergie du travail des différents acteurs : coordination interne, web, filières et marchés (France, Belgique, Allemagne et Pays-Bas) afin de faire adhérer l'ensemble des acteurs, y compris les socio-professionnels, à la stratégie de marque Massif des Vosges.
- Définition d'un plan d'actions (avec fiches actions) pour 2017 et 2018 en y intégrant pour les actions de promotion une forte dimension numérique et en privilégiant la complémentarité avec les outils éditoriaux développés jusqu'à présent (voir p.42 à 44 du Guide de Marque : site Internet, page Facebook, carte touristique etc.). Définition d'une estimation budgétaire pour l'ensemble des actions à mener.
- Définition des indicateurs de performance de la stratégie de marketing territorial.

Descriptif de l'action :

Pour renforcer la notoriété du Massif des Vosges, les partenaires du Contrat de Destination se sont inscrits dans une logique de marque territoriale permettant de catalyser l'ensemble des énergies liées au développement touristique et à l'attractivité de ce vaste territoire

Construit autour des valeurs déterminées collectivement, les acteurs touristiques du Massif des Vosges ont confirmé cette démarche par la réalisation du Guide de Marque du Massif des Vosges.

Les préconisations de l'étude sur le développement touristique du Massif des Vosges (étude CésAAr), ainsi que l'expérience acquise dans le cadre des actions menées autour du Massif des Vosges, mettent en évidence la nécessité de l'écriture, à partir des éléments stratégiques existants, d'une feuille de route marketing globale intégrant la définition d'un mode de gouvernance optimisé afin d'assurer une meilleure interaction entre les différentes opérations menées

Une telle démarche devrait permettre aux acteurs du Massif de mener collectivement une démarche marketing optimisée et efficiente.

Il a été convenu de confier cette mission à un cabinet extérieur, sur la base d'une consultation.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Février 2016 : publication d'un appel à candidature.

Mars : réception des propositions.

Avril 2016 : Choix de l'agence.

Mai 2016 : présentation par l'agence retenue de ses premières recommandations lors d'un comité de pilotage Massif des Vosges (en amont, prévoir au moins une réunion de travail sur le territoire du Massif des Vosges pour affiner les éléments présentés en comité de pilotage)

Juin 2016 : présentation de la stratégie lors d'un comité de pilotage.

17	Mise en oeuvre d'une stratégie de marque Massif des Vosges	Chef de projet
-----------	---	---------------------------

Partenaires associés :

les partenaires financiers et techniques du Contrat de Destination, les relais territoriaux (Offices de Tourisme du massif et des villes porte, associations, entreprises)

Cofinancement prévisionnel de l'opération :

Enveloppe chef de projet (coût prévisionnel de 6500 €).

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Le programme d'actions 2016 a retenu comme priorité de relier la stratégie touristique au territoire du massif des Vosges et à ses acteurs, notamment au travers la définition et la mise en oeuvre d'une stratégie marketing territoriale, confiée à un prestataire extérieur au travers une mission d'accompagnement (voir action n°16). Le recours à une stratégie de marque est une étape et un enjeu important, mais ce n'est qu'un moyen : la finalité d'une politique d'attractivité ce sont toutes les actions qui vont permettre de mobiliser les acteurs locaux. Cette création de liens entre acteurs institutionnels et privés est un facteur clé de réussite des territoires les plus performants. Aussi le défi majeur de la destination Massif des Vosges pour maîtriser son image de marque et construire son identité et son attractivité se résume à une priorité : faire de l'appartenance au territoire un avantage compétitif.

Il s'agit d'approcher les acteurs qui sont en première ligne face aux touristes, tels que les Offices du tourisme, les CCI, les associations et les entreprises du secteur afin de les impliquer et de les fédérer autour de la stratégie.

L'objectif est :

- **de créer et d'animer un réseau de prescripteurs** en mesure de relayer la stratégie touristique. La priorité sera donné en 2016 aux Offices du Tourisme du massif et des villes portes.
- **D'outiller les prescripteurs** pour promouvoir la destination avec la création de **kits de communication et de kits événementiels**.

Mise en œuvre d'une stratégie événementielle.

Parallèlement sera mise en œuvre une stratégie événementielle consistant à promouvoir la destination et la marque Massif des Vosges à l'occasion de manifestations sportives et culturelles. Cette stratégie vient en complément du projet d'appel à projets événements sportifs du Commissariat de massif pour 2017.

Une dizaine de manifestations principalement sportives et culurelles, en adéquation avec les priorités stratégiques de la Convention de massif et du Contrat de Destination, seront sélectionnées.

La destination Massif des Vosges sera présente sur chacun des événementiels au travers **un espace promotionnel**.

L'espace Massif des Vosges fera l'objet d'une animation particulière à l'occasion des manifestations retenues, avec par exemple la dégustation de produits locaux du massif, et/ou de jeu concours, Des partenaires touristiques seront invités à venir animer le stand.

L'espace promotionnel fera l'objet de la réalisation d'un kit événementiel.

Descriptif de l'action :

L'action fera l'objet de 3 volets :

- L'organisation d'une 2^{ème} rencontre des Offices de Tourisme du massif et des villes porte en avril 2016 au cours de laquelle sera présenté aux OT le Contrat de Destination Massif des Vosges et leur sera présenté et remis un kit d'accueil. Un des objectifs de cette rencontre est d'engager les OT dans une démarche de partenariat (prescripteur) au travers la signature d'une charte.
- La réalisation d'un kit d'accueil à destination des OT, comprenant :
 - un mode d'emploi du Contrat de Destination
 - des blocs comptoir (50 feuillets A3 présentant la destination Massif des Vosges imprimés en 2000 exemplaires.
 - Des autocollants à distribuer aux professionnels des territoires des OT (1000 ex)
 - Une vitrophonie à coller sur la vitrine des OT ayant signée la charte d'engagement (100 ex)

La réalisation d'un kit événementiel comprenant :

- une tente marquée Massif des Vosges 4 x 3 m.
- 2 oriflammes
- 1 kakémono
- un rouleau de bâche 30m x 1 m.

3 kits événementiels seront réalisés pour 2016. Leur composition pourra évoluer au cours des années ainsi que celle des kits d'accueil. Les éléments de composition de ces derniers seront réalisés en quantité suffisante pour équiper les 58 OT du Massif des Vosges et les OT de 9 villes porte.

La réalisation des kits événementiels et kit d'accueil (à l'exception du mode d'emploi du Contrat de Destination) sont financés par les fonds de l'enveloppe de la mission du chef de projet.

Calendrier et échéancier de réalisation : 2016

18	Rédition de la carte touristique Massif des Vosges	ADT 68
-----------	---	---------------

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du Massif des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 25 000 TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Editée en 2014 à 40 000 exemplaires (français, allemand et néerlandais), la carte touristique « Mille envies de découverte ! » invite à repérer selon les centres d'intérêt du lecteur les sites historiques, châteaux, bases nautiques, parcs aventures, parcs animaliers, sites de VTT, activités de pleine nature quatre saisons ... dans le Massif des Vosges, grâce à des pictogrammes qui les caractérisent.

Les ADT / CRT sont aujourd'hui en quasi rupture de la carte Massif des Vosges. La réimpression de cet outil est prévue en masse pour une diffusion sur les salons début 2016 (janvier – Stuttgart, etc).

Cible visée :

Les publics des Offices de Tourisme du Massif des Vosges.

Les clientèles de salons auxquels les partenaires du Massif participent.

Toute personne désireuse de connaître le Massif – en téléchargement sur le site internet du Massif.

Descriptif de l'action :

La palette culturelle et de loisirs d'été, variée et bien représentée sur le document « Mille envies de découverte », est enrichie par les activités hivernales et sites de neige qui sont également mis en valeur et apparaissent avec la mention de leur altitude.

Cette édition est également une incitation à explorer, avec le descriptif d'une quarantaine de sites remarquables qui ne manqueront pas d'intriguer le lecteur. Une photo accompagnée d'un texte et d'un site web donnent les premières informations sur ces « musts » touristiques pour susciter l'envie de partir en excursion.

Un plan d'accès et la liste des 60 offices de tourisme que compte le Massif des Vosges tous départements confondus complètent cette grande carte de 90 X 60 cm.

Impression à 85 000 exemplaires

Livraisons auprès des 7 CDT partenaires ainsi que sur le stand MDV au salon CMT à Stuttgart (17-25 janvier 2015)

Calendrier et échéancier de réalisation :

Décembre 2015 : travail d'actualisation de la carte

1^{er} trimestre 2016: Impression et livraison du document

Actions marché FRANCE – Salons.

21	Salon du randonneur de Lyon	ADT67 (MO financière) CD88 (MO technique)
----	-----------------------------	--

Partenaires associés :

Les CDT / CRT du Massif des Vosges et les membres de la filière itinérance

Estimation du coût de l'opération : 40 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Identifier le Massif des Vosges comme destination de randonnées auprès des clientèles françaises avec un espace dédié

Cibles visés :

Public de randonneurs

Descriptif de l'action :

Pour sa dixième édition, le salon du Randonneur se tiendra les 18, 19 et 20 mars 2016 à la Cité Internationale de Lyon. Il a accueilli en 2015 près de 13 500 visiteurs, chiffre en hausse par rapport à 2014. Cet événement est exclusivement dédié à la filière randonnée et offre à tous les professionnels de ce secteur d'activité (tour-opérateurs spécialisés, institutionnels, associations, fabricants ou distributeurs de matériel...) la possibilité d'identifier et de rencontrer une clientèle adaptée et particulièrement motivée.

L'espace Massif des Vosges, d'une surface de 45 m², aura une scénographie inspirée du guide de marque et sera pourvu de 12 angles permettant à autant de partenaires de participer à cet événementiel. La priorité sera donnée à ceux qui auront des produits et des séjours à vendre en lien avec les randonnées à pied, à cheval, à vélo.

Une participation de 1 000 € maximum sera demandée pour couvrir les frais de communication autour du salon (comme par exemple l'impression d'un tiré-à-part du magazine Passion Rando consacré à la Traversée du Massif des Vosges) et ceux liés aux opérations éventuelles pour dynamiser la fréquentation de l'espace Massif.

Calendrier et échéancier de réalisation : 18-20 mars 2016

22	Salon Kid Expo Paris 2016	CD 88
-----------	----------------------------------	--------------

Partenaires associés : Partenaires du Contrat de Destination et SIVU

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 38 500 TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Promouvoir le Massif des Vosges en tant que destination famille à part entière.

Cible visée : Marché France – Clientèle familles avec enfants

Descriptif de l'action :

Descriptif salon :

Salon au mois d'octobre porte de Versailles à Paris, intégralement dédié aux enfants.

20 000 m² d'espace et 185 000 visiteurs sur 5 jours de salon.

Un espace spécifique dédié à la montagne.

Public exclusivement familial, cible prioritaire définie par le Contrat de Destination Massif des Vosges.

Actions :

Présence et visibilité du Massif des Vosges et de ses acteurs touristiques dans la partie du salon dédiée à la montagne.

Mise en place d'activités et d'animations destinées aux enfants, cibles principales et principaux prescripteurs auprès des parents.

Descriptif budget (base 8 partenaires présents) :

- Stand 36 m² : 36 x 315€ = 11 340€ HT

- 4 angles : 4 x 295€ = 1 180€ HT

- Co-partenaires : 8 x 500€ = 4 000€ HT

- Inscription, assurance et électricité : 490€ HT

Total HT = 17 010€ / Total TTC = 20 412€

- Scénographie (estimation) = 18 000€

Total TTC : 38 412€

Le poste animation (primordial pour capter le public sur un tel salon) est estimé à 10 000€ sur les 5 jours de salon. Nous suggérons que les partenaires représentés prennent en charge ce poste.

Calendrier et échéancier de réalisation : Avril à octobre 2016

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 marché 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

Actions marchés étrangers		
Allemagne		
23	Réimpression du booklet 2015	4 200 €
24	Programme de développement avec TO	7080 €
		11 280 €
Belgique		
25	Déjeuner presse /workshop hiver (octobre)	3 120
		3 120 €
Pays-bas		
26	Workshop presse Atout France (18/02/2016)	1 620 €
27	Campagne France 2016	18 000 €
		19 620 €
	Sous total	34 020 €

Marché ALLEMAND

23	Réédition du booklet	ADT 68
-----------	-----------------------------	---------------

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges – Atout France Allemagne

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 4 200 €TTC**Objectifs poursuivis et effets attendus :**

Le booklet réalisé et encarté dans le Stuttgarter Zeitung en 2015 sera réimprimé (sans correction) pour une diffusion lors du CMT Stuttgart 2016.

Cible visée :

Distribution sur le CMT de Stuttgart en janvier 2016 et via les partenaires et les canaux de Atout France en Allemagne.

Descriptif de l'action :

Impression du document sans actualisation des informations à 10 000 exemplaires.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Janvier 2016 : impression et livraison du booklet

24	Développement de la programmation auprès de Tours Opérateurs	ADT 68
-----------	---	---------------

Partenaires associés :

Les CDT du Massif des Vosges – Atout France Allemagne

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 7 080 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Actuellement le Massif des Vosges n'est pas programmé chez les tour-opérateurs et les grossistes. Seuls certains territoires sont proposés (comme par exemple des villages situés sur la Route des Vins d'Alsace). Le but est de créer des produits qui couvrent mieux le territoire du Massif des Vosges. Atout France propose de contacter les professionnels suivants : La Cordée Reisen en tant que grossiste, Wikinger Reisen en tant que spécialiste de la randonnée et Ameropa Reisen en tant que tour-opérateur vendu en agence de voyages, qui programment déjà beaucoup l'Alsace.

Avec 2 articles dans l'e-news et une éventuelle participation au workshop France, le but sera d'identifier encore d'autres professionnels intéressés par le territoire et les thématiques du Massif des Vosges

- Développer la programmation des tour-opérateurs.
- Accroître grâce à la programmation une meilleure visibilité sur le marché
- Identifier plusieurs contacts pro intéressés pour programmer la destination.
- Prévoir des campagnes B2B2C ou B2C en coopération avec les professionnels pour augmenter les ventes des produits créés.

Cible visée :

Les tour-opérateurs et grossistes allemands.

Descriptif des actions :

Identifier les opérateurs intéressés par le projet :

- E-newsletter Pro pour élargir le potentiel des professionnels (3.900 contacts)
- Transmission des besoins des professionnels en fonction de leurs produits et leurs clientèles aux partenaires du Massif des Vosges
- Présentation des prestataires du Massif des Vosges aux tour-opérateurs et grossistes intéressés.
- Accueil des tour-opérateurs en repérage ou réalisation d'un éductour
- Prévoir des communications GP avec les professionnels en fonction de leurs nouveaux produits
- Intégrer les professionnels dans les campagnes GP prévues.

Calendrier et échéancier de réalisation :

(Prévisionnel – susceptible d'évoluer)

Novembre 2015 : prise de contact des professionnels par ATF.

Novembre 2015 / janvier et mars 2016 : articles dans les E-news pro pour sensibiliser les professionnels à la destination et éventuellement leur annoncer la présence du Massif des Vosges sur le CMT.

Fin d'année 2015 : établissement d'un rétro planning avec les professionnels intéressés par une éventuelle programmation.

Janvier 2016 : le Massif des Vosges envoie des informations sur les produits recherchés. Eventuelle rencontre sur le CMT avec les professionnels.

Mars/avril 2016 : planification des repérages ou de l'éductour.

Juin/juillet 2016 : point sur les programmations prévues suite aux démarches / planification des campagnes de communication, projets communs.

Marché BELGE

25	Workshop presse	ADT 68
-----------	------------------------	---------------

Partenaires associés :

Maitrise d'ouvrage administrative et financière : ADT 68
Maitrise d'ouvrage opérationnelle : ADT 67
Les CDT et CRT du Massif des Vosges – Atout France Belgique

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 3 120 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Promouvoir le Massif des Vosges auprès de la presse et des blogueurs belges pour en augmenter la notoriété.
- Susciter des accueils de presse individuels et des reportages sur les activités hivernales dans le massif.

Cibles visées :

Journalistes belges

Descriptif de l'action :

Participation de 10 journalistes (quotidiens, hebdomadaires, mensuels, blogueurs), 4 personnes Massif des Vosges, 2 personnes Atout France (16 pax en tout)

Lieu à Bruxelles à déterminer

Déroulement : 11h45-14h00

11h45 : accueil et apéritif

12h00 : Présentation

12h30 : Lunch 3 services

14h00 : fin

Budget (€ HT) – estimation sur base du lunch hiver 2014 :

- frais d'organisation: 1.300€
- Menu 3 plats (sur mesure), eaux, café, apéritifs, droit de bouchon pour 16 pax : 1.300€

Calendrier et échéancier de réalisation :

Octobre 2016

Marché NEERLANDAIS

26	Workshop presse Atout France	ADT 68
----	------------------------------	--------

Partenaires associés :

Maitrise d'ouvrage administrative et financière : ADT 68

Maitrise d'ouvrage opérationnelle : CRT Lorraine

Atout France Pays-Bas

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 1 620 €TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Promouvoir la France auprès de la presse et des influenceurs online néerlandais;

Donner des idées de reportages et générer des accueils de presse individuels.

Descriptif de l'action :

Workshop et networking sur une journée entière.

Visibilité partenaires :

Une table dédiée pour une ou deux personnes;

Une page dans le dossier de presse France 2016;

Une nuitée d'hôtel pour une personne la veille ou le soir du workshop.

Nombre de participants en 2015: 50 journalistes et bloggeurs

Nombre de participants attendus 2016 : 50

Nombre de partenaires souhaités mini/maxi : 15-18

Supports médias : journalistes et bloggeurs / tous types de médias

Calendrier et échéancier de réalisation :

18 février 2016 - AMSTERDAM

27	Campagne France « Jouw Frankrijk! »	ADT 68
-----------	--	---------------

Partenaires associés :

Maitrise d'ouvrage administrative et financière : ADT 68

Maitrise d'ouvrage opérationnelle : CRT Lorraine

Atout France Pays-Bas

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 18 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

Promotion de l'image de la France et de ses destinations

Donner envie aux Néerlandais de retrouver la France qu'ils aiment tout en se laissant surprendre

Générer du trafic sur le site de campagne

Déclencher un acte d'achat pour les vacances principales d'été et les vacances additionnelles de mai et automne

En garantissant une visibilité propre au territoire dans tout le processus de communication.

Descriptif de l'action :

Thématiques | Filières : Culture, oenotourisme, hôtellerie de plein air, activités de pleine nature

Format de l'opération | Descriptif : Campagne d'image de la France

Chaque destination sera visible sur un concept publicitaire créé spécifiquement et décliné sur les medias néerlandais

Espaces de campagne sur <http://nl.rendezvousenfrance.com> avec une home page par partenaire, et liens directs vers le site du Massif et de ses partenaires.

Supports médias : <http://nl.rendezvousenfrance.com> avec campagnes SEA et social media. Les autres supports seront déterminés en septembre/octobre 2015 et comprendront certainement du print, des affichages bus et des blogs comme supports principaux, et une émission TV en option.

Le Massif des Vosges sera visible au prorata de son investissement individuel ou regroupé régionalement sur de l'affichage, la presse et le web. La visibilité exacte du partenaire sera déterminée lorsque le plan média sera élaboré en septembre / octobre.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Février à octobre 2016

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	3 000 €
28	Cluster tourisme et sports de pleine nature	ADT 67	3 000 €
29	So'Nordic Massif des Vosges	ADT 68	0 €
30	Fête de la Montagne	ADT 67	0 €
Sous total C			6 000 €

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

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du Massif des Vosges

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 3 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

En adhérant au cluster Tourisme et Bien-être d'Atout France, le Massif des Vosges continue de bénéficier d'outils de marketing adaptés et de disposer 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.

Cible visée :

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 2016

8	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 : 3 000 TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

- Identifier le Massif des Vosges comme destination « nature » et valoriser les produits liés à la randonnée pédestre, au cyclotourisme, à l'écotourisme et aux autres activités de pleine nature ;
- Participer à des actions collectives à l'échelle nationale avec Atout France et ses partenaires, prioritairement sur les marchés néerlandais et allemands, afin d'accroître notre visibilité et de développer la programmation par les tour- opérateurs ;
- Développer l'intelligence économique afin de disposer de données à jour sur les différentes filières.

Cibles visés : Relais d'opinion et tour-opérateurs

Descriptif de l'action :

En 2015, le Massif des Vosges a participé à de nombreuses actions proposées par le Cluster, avec l'accueil de blogueurs néerlandais et allemands ainsi qu'un workshop nature promotion et presse à Francfort. Il a pu ainsi mettre en avant les activités de pleine nature et les patrimoines du massif, notamment en faisant tester certains produits sélectionnés à l'issue de l'appel à projet écotourisme.

Pour 2016, nous avons manifesté notre intérêt pour les accueils de presse suivants :

- une bloggeuse néerlandaise du National Geographic Traveller ;
- sur le thème « slow-tourism et activités » pour le marché néerlandais ;
- un partenariat avec Wikinger Reisen ;
- une opération avec la RTBF appelée « Francodyssée ».

Le Cluster sera également présent au workshop France d'Atout France Allemagne.

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 2016

Partenaires associés :

Les domaines nordiques du massif, plus spécifiquement pour l'édition 2016, les stations de :

Bussang/Ventron et du Schnepfenried

Les offices de tourisme

Les ESF, les accompagnateurs en montagne, les mushers, le Parc naturel régional des ballons des Vosges.

So'class :

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

Cofinancement prévisionnel de l'opération : hors budget 2016**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

Descriptif de l'action :

En matière d'activités nordiques 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, 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.

Principes :

Une manifestation, festive, conviviale et populaire sur un week-end, déclinée sur 3 sites différents chaque année avec une programmation sur 3 ans.

Edition 2014 : Lac Blanc / Ballon d'Alsace / La Bresse – 4 500 personnes.

Edition 2015 : Markstein / Gérardmer / Champ du Feu - 8 500 personnes.

L'édition 2016 ne comptera que 2 sites.

Programme d'animations :

Chaque site organisateur se charge d'établir un programme d'animation sur 2 jours.

Plan de communication :

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

• **Forum des classes de découverte le vendredi 29 janvier 2016.**

L'édition 2016 de la fête du nordique, comme l'édition 2015, comprendra une journée supplémentaire, celle du vendredi 29 janvier, 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.

L'opération se déroulera uniquement sur le site du Schnepfenried.

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.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Du vendredi 29 au dimanche 31 janvier 2016.

20	Fête de la Montagne	CD 88
-----------	----------------------------	--------------

Partenaires associés :

Partenaires du contrat de Destination, dont les OT du massif, les Communautés de Communes, les Pays, le mouvement sportif.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : hors budget 2016

Objectifs poursuivis et effets attendus :

L'objectif est de donner l'occasion à toute personne qui le souhaite de découvrir les activités qui caractérisent la montagne et d'inviter à prolonger cette expérience au cours de l'été.

En provoquant une vaste opération de communication annuelle sur la montagne estivale, la Fête de la Montagne est amenée à terme à :

- Développer la pratique amateur et encadrée des activités de nature en montagne ;
- Attirer et sensibiliser de nouveaux publics, dans des conditions adaptées et des situations d'initiation, tout en conservant les publics déjà conquis ;
- S'inscrire dans un projet de territoire, en lien avec les acteurs économiques, politiques, sportifs et culturels ;
- Valoriser l'activité des porteurs de projets locaux en attirant de nouvelles clientèles ;
- Donner l'occasion de découvrir les activités et les ressources qui caractérisent le Massif des Vosges ;
- Inviter à prolonger l'expérience au cours de l'été. Inviter à venir pour faire revenir ;
- Etre un outil de promotion et de communication au service de la stratégie de marketing et de communication de la destination Massif des Vosges ;
- Promouvoir les 5 filières du Contrat de Destination ;
- Promouvoir la montagne l'été. Donner l'envie de montagne ;
- Créer du capital sympathie et affinitaire ;
- Créer une dynamique collective pour la montagne et développer le sentiment (fierté) d'appartenance au territoire ;
- Sensibiliser sur les enjeux du Massif des Vosges.

Cible visée :

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

Descriptif de l'action :

La Fête de la Montagne est un événement national initié par la Coordination Montagne, destinée à valoriser la montagne et notamment les activités de pleine nature. La Fête de la Montagne se présente comme une multitude d'événements sportifs ou culturels partout en France, en montagne ou ailleurs, le dernier week-end de juin. Cette 4ème édition se déroulera les 25 et 26 juin 2016. Il sera cependant possible de mener des actions durant toute la semaine du 20 au 26 juin 2016, en particulier des séjours ou des actions à destination des scolaires.

Chiffres clés

2014	2015
- 260 événements nationaux.	- 280 événements nationaux – 10 000 pers
- 8 sur le Massif des Vosges.	- 34 événements massifs – 1 000 pers

Le Comité technique du Contrat de Destination a retenu la Fête de la Montagne comme outil de promotion au service de la stratégie touristique du Massif des Vosges et des 5 filières. 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, pour s'emparer et décliner à l'échelle du Massif 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.

La préparation de l'édition 2016 s'appuiera sur le groupe des référents techniques du contrat de Destination.

3 particularités pour le programme 2016 :

- L'organisation des **2 villages des sports de nature**, un autour du lac de Longemer, un autour du lac de Kruth, portée par le Comité Régional olympique et Sportif d'Alsace – le CROSA.
- L'organisation de la première **Nuit des Refuges**, à l'initiative conjointe de l'UNAT Lorraine et l'AJA. Une dizaine de refuges sera concernée.

Le lancement de l'opération « **Montagne en marche, un OT, une marche** » : Samedi 25 juin au matin, le public est invité à participer à une (petite) marche d'approche (env 1 heure), sur un chemin de moyenne montagne accessible à tous. Point de départ : les Offices du Tourisme du Massif des Vosges. L'encadrement sera assuré de manière bénévole, sous la responsabilité de chacun en collaboration avec les Clubs de marche, section locales des Clubs vosgien, et représentants de la FFRP. Marche possible à vélo, en VTT, à cheval.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Du 20 au 26 juin 2016 / Réalisation de l'opération : 25 & 26 juin 2016

Date d'achèvement de l'opération : juillet 2016

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			
28	Valorisation de l'observatoire et poursuite Chiffres clés emploi et les retombées économiques	PNRBV	Enveloppe chef de projet

28	Valorisation de l'observatoire et poursuite des chiffres clés du tourisme sur l'emploi et les retombées économiques	Chef de projet 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 :

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

Objectifs poursuivis

- Valorisation de l'observatoire et des données mises à disposition.
- Mise à disposition des données auprès des partenaires.

Cible visée :

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

Descriptif de l'opération :

Valorisation de l'observatoire

Les travaux de l'observatoire menés jusqu'à présent ainsi que d'autres études menées (études de marchés Atout France, éco-tourisme, étude clientèles) dans le cadre du Contrat de Destination seront valorisés au travers une rubrique de l'espace pro consacrée à l'observation, avec 9 sous menus :

L'observatoire, l'offre, la fréquentation, clientèle et marchés, poids économique, veille, aménagement et développement, actu, chiffres clés.

L'espace pro sera en ligne courant du second trimestre 2016.

Poursuite des chiffres clés sur l'emploi et les retombées économiques.

La réalisation des chiffres clés consacrés à l'emploi et aux retombées économiques engagée en 2015, avec notamment la réalisation de l'étude CésAAR consacrée à l'analyse du poids économique des filières, se poursuit en 2016 avec :

- Une mise à jour des données INSEE sur l'emploi (convention INSEE n° 2014T0072).
- Un travail d'analyse et de consolidation de données de la part d'Atout France sur le panorama du tourisme de la montagne. Edition 2012/2013. Cahier n° : Emploi et retombées économiques. Ce travail sera réalisé par Atout France dans le cadre de la convention d'assistance à maîtrise d'ouvrage, à hauteur de 3,5 jours.
- Un travail de mise à jour et de consolidation de données générales collectées par le chef de projet.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Fin 2016

Animation du Contrat de Destination

28	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

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

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

Partenaires associés :
Les partenaires financiers et techniques du Contrat de Destination

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

Objectifs poursuivis :
La mission du chef de projet et de son assistante porte globalement sur l'animation et la coordination du Contrat de Destination.

Objectifs 2016 du chef de projet :

Gouvernance/communication

- Optimisation du fonctionnement du groupe de travail des référents techniques du Contrat de Destination (1 réunion mensuelle).
- Animation territoriale : mise en place d'un réseau de prescripteurs en mesure de relayer la stratégie touristique. Priorité 2016 aux OT du massif et villes porte.
- Réalisation et envoi d'une newsletter pro /trimestre à destination des relais territoriaux et membre du réseau des prescripteurs de la marque.
- Dynamisation du réseau des OT avec organisation d'une rencontre annuelle (avril), avec réalisation et distribution d'un kit de communication et signature d'une charte d'engagement. Objectif 30 % des OT partenaires ambassadeurs engagés.
- Réalisation et diffusion du mode d'emploi du Contrat de Destination.
- Mise en place de l'espace pro (2^{ème} trimestre 2016).
- Réalisation du bilan d'activités du Contrat de Destination 2014/2015.

Stratégie de marque

- Lancement de la stratégie événementielle : 10 événements couverts sur 2016.
- Création et diffusion des kits de communication 67 OT équipés à fin 2016.
- Lancement de la démarche d'ambassadeur Massif des Vosges.

Observatoire

- Mise en place de la rubrique dans l'espace pro.
- Mise à jour des données de l'offre et la fréquentation et mise à jour des données, consolidation et assemblage des données sur l'emploi et les retombées économiques.
- Définition et mise en place des indicateurs de mesure des actions du Contrat de Destination et mesure du tourisme sur le massif des Vosges.

Description de l'action :

Le tourisme est une carte maitresse 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 défini 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 celle du comité de promotion ont été confiées 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 :

- Sous l'autorité du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation (CIPP) de la convention interrégionale du massif des Vosges, le chef de projet du Contrat de Destination massif des Vosges est responsable de l'avancement du contrat de manière coordonnée et cohérente, en s'appuyant notamment sur le comité technique dont il propose l'ordre du jour.
Il est le garant des équilibres. Il est responsable du suivi administratif, financier et Technique des actions du contrat de destination. Il assure le travail de reporting auprès du CIPP et de l'ensemble des parties prenantes du contrat de destination. Il propose des ajustements en termes de gouvernance.
- Dans le cadre de l'animation et de la mise en oeuvre du Contrat de Destination Massif des Vosges 2014/2018 et de ses programmes d'actions annuelles, le chef de projet a en charge :
 - Sur le volet animation territoriale :
 - o Mise en place et animation à l'échelle du massif des Vosges d'un réseau territorial de relais locaux d'acteurs (Offices de Tourisme du massif, Communautés de Communes, PETR, socio-professionnels).
 - o Mise en oeuvre d'actions fédératrices s'appuyant notamment sur un réseau d'ambassadeurs du massif.
 - o Animation de la marque « massif des Vosges ».
 - Sur le volet qualification de l'offre :
 - o Coordination de l'animation des 5 filières de développement touristique (stations -vallées, sites de visite, itinérance, bien-être et éco-tourisme),
 - o Appui et impulsion aux actions du contrat de destination qui peinent à se concrétiser, analyse des points de blocage et mise en place des conditions pour un transfert.
 - o Elaboration de stratégies sur des thématiques émergentes (nordique, sports de nature, tourisme industriel...) et coordination des acteurs concernés.
 - Sur le volet marketing et communication :
 - o coordination des actions du plan marketing et communication.
 - o appui à la conception et à la mise à jour des outils Internet (site massif des Vosges,
 - Sur le volet observation/évaluation du Contrat de Destination :
 - o Pilotage du volet : coordination des acteurs, organisation et diffusion de Publications.

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

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

- Du financement d'opérations spécifiques inscrites au programme d'actions 2016 du Contrat de Destination Massif des Vosges, soit :
 - La réalisation d'un espace pro (voir fiche action n° : 9).
 - La réalisation de 3 newsletter pro.
 - La mise en œuvre de la stratégie de marque Massif des Vosges (Voir fiche action n° 17).
 - La réalisation de l'étude INSEE N°2 – convention N° 2014T0072 (Voir fiche action 28).

Calendrier et échéancier de réalisation :

du 01 mars 2016 au 31 mars 2017.

ANNEXE 2
Maquette financière

Projet	Porteur	Coût financement public	Plan de financement														Coût Total	
			TTC	FEDER	FNADT	CR Lorraine	CR Alsace	CR Franche-Comté	CD 67	CD 68	CD 88	CD 57	CD 54	CD 90	CD 70	Autre (DGE)		Autofinancement
Actions portées par le PNRBV		125 000	62 500 €	27 500 €	15 000 €	15 000 €	5 000 €										125 000 €	
<i>Animation du Contrat de Destination (mission chef de projet, chiffres-clés, espace pro, kit communication)</i>	PNRBV	0 €																
Actions portées par l'ADT 67		193 000	96 500 €	59 779 €			5 710 €	8 437 €			7 677 €	6 647 €	4 110 €	4 140 €	3 000 €	48 250 €	244 250 €	
<i>Labellisation GR5 label européen</i>	ADT 67	10 000 €																
<i>Adhésion - Cluster tourisme et sports de pleine nature</i>		3 000 €																
<i>Inventaire de l'offre vélo</i>		5 000 €																
<i>Reportage photos hiver</i>		25 000 €																
<i>Hébergement & développement web</i>		11 500 €																
<i>Webmaster</i>		40 000 €																
<i>Campagne web marketing</i>		40 000 €																
<i>2ème tranche appel à candidature Qualité tourisme</i>		1 000 €														3 000 €		
<i>document d'appel généraliste activités</i>		17 500 €																
<i>Salon du randonneur</i>		40 000 €																
Actions portées par l'ADT 68		62 020	30 559 €			5 834 €		4 220 €	17 267 €					4 140 €	10 000 €		72 020 €	
<i>Rédition carte touristique</i>	ADT 68	25 000 €																
<i>Fête de la montagne et So'Nordic</i>		0 €													10 000 €			
<i>Adhésion - Cluster tourisme et bien-être</i>		3 000 €																
Marchés étrangers																		
<i>Allemagne -Rédition booklet allemand</i>		4 200 €																
<i>Collaboration avec un grossiste</i>		7 080 €																
<i>Belgique- Déjeuner presse/workshop hiver</i>		3 120 €																
<i>PAYS-BAS- Workshop presse Atout France</i>		1 620 €																
<i>Campagne France</i>		18 000 €																
Actions portées par le CD 88 - filière stations-vallées			151 200 €	67 200 €	33 600 €	8 400 €	8 400 €	5 040 €	3 360 €	5 040 €	16 800 €			3 360 €			16 800 €	168 000 €
<i>Programme d'actions /station + poste d'animations</i>	CD 88	151 200 €																
Autres actions portées par le CD 88		43 000 €	21 500 €	17 863 €						3 637 €						7 120 €	50 120 €	
<i>Forêt</i>	CD 88	2 500 €																
<i>Fiche produit générique</i>		2 000 €																
<i>Kid expo</i>		38 500 €																
Actions portées par le CRT Lorraine		45 000 €	22 500 €	14 956 €	7 544 €											11 250 €	56 250 €	
<i>Agence de presse nationale</i>	CRT Lorraine	45 000 €																
Autre : réseau IDEAL		78 102 €	0 €	42 865 €	11 846 €	12 226 €	0 €	2 233 €	2 233 €	2 233 €	2 233 €	2 233 €	0 €	0 €	10 833 €	22 231 €	111 166 €	
<i>6ème assises nationale des randonnées</i>	Réseau IDEAL	78 102 €																
		697 322	300 759	196 563	42 790	41 460	15 750	18 250	24 540	22 670	9 910	8 880	7 470	8 280	23 833	105 651	826 806	
		700 000 €	350 000 €	150 000 €	42 790 €	41 460 €	15 750 €	18 250 €	24 540 €	22 670 €	9 910 €	8 880 €	7 470 €	8 280 €				
		100%	50%	21%	6%	6%	2%	3%	4%	3%	1%	1%	1%	1%				