

ANNEXE 1 - Détails
Stratégie Tourisme de la Destination Alsace
2024-2028

1. LE TOURISME : CONFORTER UN POIDS ECONOMIQUE MAJEUR POUR L'ALSACE

Analyse Forces et Faiblesses de l'Alsace



Forces de l'Alsace (état des lieux stratégie marketing ADT)

L'ACCESSIBILITÉ

- 5 gares TGV (Strasbourg, Sélestat, Colmar, Mulhouse et Saverne) connectées à d'importants bassins de clientèles + gares hors Alsace
- 2 aéroports (Bâle-Mulhouse, Strasbourg)
- proche d'importants aéroports (Paris, Francfort, Zürich, Baden-Baden)
- situation transfrontalière
- important bassin de clientèle à moins de 3h de route
- important réseau cyclable
- Rhin et canaux navigables

LES HÉBERGEMENTS

- nombreux hôtels de charme
- importante offre d'hébergement équipés en spa de grande taille

LES ACTIVITÉS, L'OFFRE

- gastronomie et vins
- musées techniques
- Noël en Alsace
- événements d'envergure
- offre culturelle, patrimoine urbain, opéras et théâtres
- châteaux forts et grands sites
- patrimoine naturel (Rhin, plaine, Ried, forêts, vignoble, Massif des Vosges)

L'ATTRACTIVITÉ

- classements UNESCO
- fortes notoriétés : Alsace, Strasbourg, Colmar, Route des Vins, etc.
- forte dynamique d'investissements touristiques
- beauté des sites, des villages et des paysages
- situation transfrontalière



Faiblesses de l'Alsace (état des lieux stratégie marketing ADT)

L'ACCUEIL

- faible pratique des langues étrangères
- acceptabilité des pics de fréquentation par locaux (urbains, ruraux) / gestion des flux
- difficulté de recrutement du personnel
- horaires limités des commerces et fermetures les dimanches
- horaires limités de fermeture de certains parkings (soirs et WE)

L'ACCESSIBILITÉ

- transversales Est-Ouest à développer (notamment transfrontalières)
- intermodalité et liaisons entre portes d'entrées et lieux de visite insuffisantes (dernier km)
- manque d'informations et de services (consignes...), dans gares, aéroports, pour congrès, vélo, etc.

LES HÉBERGEMENTS

- capacité insuffisante pour les groupes et/ou jeunes
- offre en hébergements "originaux" encore insuffisante
- qualité insuffisante sur certains secteurs

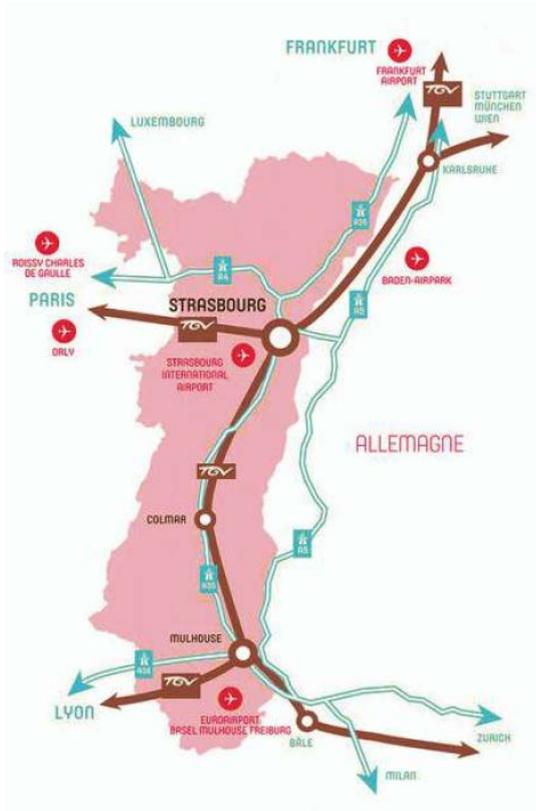
L'OFFRE

- offre famille peu valorisée

L'IMAGE

- destination « carte postale » à moderniser
- perception de destination chère

Une bonne accessibilité



Idéalement située au cœur de l'Europe, avec une situation transfrontalière avantageuse, l'Alsace est facilement accessible grâce à un réseau dense et développé ainsi qu'une multitude de moyens de transports. Pas moins de 5 gares TGV (Strasbourg, Sélestat, Colmar, Mulhouse et Saverne) sont connectées à d'importants bassins de clientèles. En rive gauche du Rhin, elle profite d'une proximité avec l'Allemagne, la Suisse, le Luxembourg et la Belgique.

Elle dispose globalement d'une bonne accessibilité aérienne sur les marchés européens grâce à la présence de deux aéroports internationaux : l'aéroport international de Bâle-Mulhouse (8,1 millions de passagers commerciaux en 2023) et celui de Strasbourg (1,018 million de passagers commerciaux en 2023). A noter également la présence d'aéroports de proximité situés en Allemagne (3), en Suisse (1), au Luxembourg (1) et la connexion facile avec les aéroports parisiens.

Un patrimoine naturel incomparable

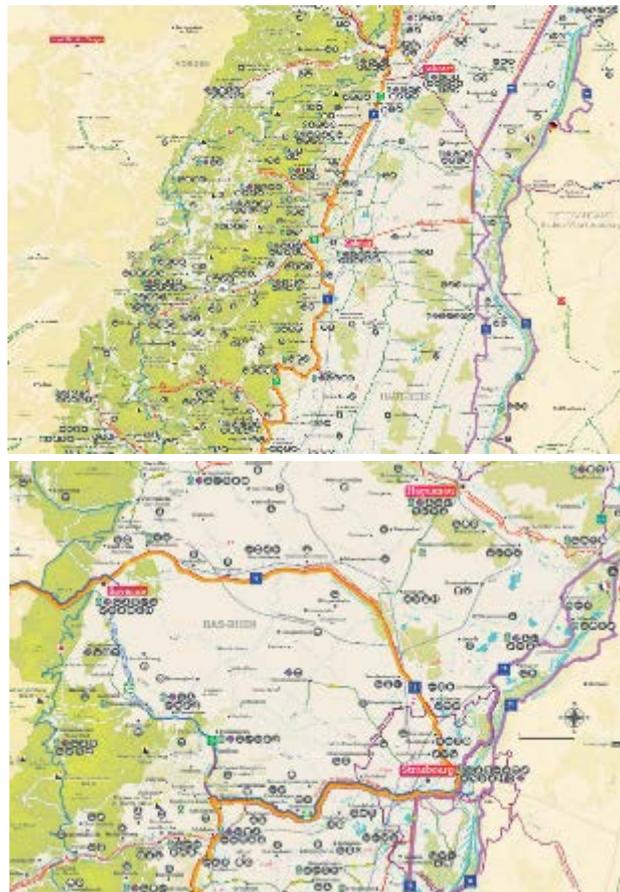
- 2 Parcs Naturels Régionaux : le Parc Naturel Régional des Vosges du Nord et le Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges
- Plus d'une vingtaine de réserves naturelles et biotopes protégés
- 700 arbres remarquables
- 346 Villes et Villages fleuris, soit plus d'1/3 des communes d'Alsace et l'Alsace a obtenu le label « Département Fleuri » en 2023
- 10 centres d'initiation à la nature de l'environnement
- 76 lacs et plans d'eau

Un riche patrimoine architectural et culturel

- 3 sites inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO : Grande Ile (1988), Neustadt (2017) à Strasbourg et Place Forte à Neuf-Brisach (2008)
- 1 collection inscrite au registre de la mémoire du Monde de l'UNESCO : collection de Beatus Rhenanus conservée à la Bibliothèque Humaniste de Sélestat (2011)
- 6 « Plus beaux Villages de France » : Bergheim, Eguisheim, Riquewihr, Hunawihr, Mittelbergheim, Hunspach
- 4 « Villages préférés des Français » : Eguisheim 2013, Kaysersberg 2017, Hunspach 2020, Bergheim 2022
- 5 villes et pays d'art et d'histoire : Mulhouse, Pays de Guebwiller, Pays du Val d'Argent, Sélestat et Strasbourg
- 14 parcs et jardins remarquables
- 10 sites funéraires et mémoriels de la Première Guerre mondiale inscrits au Patrimoine mondial de l'UNESCO.

Des structures et équipements de loisirs

- 5 000 km d'itinéraires cyclables dont 1000 km gérés directement par la Collectivité européenne d'Alsace ou via un soutien aux EPCI (volet entretien), passage des EuroVelo 5, 6 et 15
- 12 000 km de sentiers pédestres balisés
- 5 sentiers de grande randonnée (GR), dont l'unique Leading Quality Trails (LQT) de France
- 13 domaines skiables
- 420 km de voies d'eau navigables
- 36 ports de plaisance et haltes
- 9 parcours de golf
- Plus de 1000 lieux de pratique pour les sports de nature (50 sites naturels d'escalade, une base fédérale de plongée, des parcs VTT, d'eaux vives, ...)



Extraits carte Alsace à vélo - Crédits : Alsace Destination Tourisme

Une capacité d'hébergements touristiques de premier plan (source : LEI Alsace – avril 2024)

L'activité touristique s'appuie notamment sur une offre importante en hébergements : avec une capacité de près de 120 000 lits touristiques marchands, l'Alsace est la première destination de la Région Grand Est (un peu plus de 40 % des lits marchands) :

- 551 hôtels et 50 résidences de tourisme, soit 52 000 lits
- 111 campings, soit 7 300 emplacements tourisme (équivalent 22 000 lits)
- 7 200 locations (meublés de tourisme et chambres d'hôtes), soit 35 000 lits (hors locations via les plateformes digitales)
- 187 hébergements collectifs, soit 10 000 lits

Une destination phare pour la gastronomie

- 33 restaurants étoilés : 6 restaurants 2 étoiles, 27 restaurants 1 étoile
- Le vignoble, la route des vins et la diversité des vins d'Alsace
 - o 119 communes viticoles
 - o 15 600 ha en production AOC
 - o 3 800 familles vigneronnes
- 1^{ère} région brassicole de France avec 60 % de la production : 90 brasseries, dont 80 microbrasseries réparties sur l'ensemble du territoire



Crédits : Alsace Destination Tourisme

2. S'APPUYER SUR LES REUSSITES DE LA PRECEDENTE STRATEGIE

La stratégie définie en 2017 a permis aux Départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin de construire une feuille de route touristique commune à l'échelle de l'Alsace.

Rappel des 5 défis de la stratégie existante :

- Innover, adapter et réinventer l'offre touristique afin de répondre aux attentes et modes de consommation en constante évolution,
- Améliorer l'expérience client en s'appuyant sur des outils de médiation diversifiés et innovants,
- Assurer une meilleure diffusion des flux,
- Garantir la qualité des offres avec un tourisme de sens et d'expérience,

- Passer de l'information à la consommation.

Elle a permis de conforter les marqueurs forts des filières touristiques alsaciennes autour des six thématiques d'excellence. Cette stratégie a été un véritable outil au service de la croissance et de l'emploi.

Le double objectif fixé - augmenter la durée moyenne des séjours et le volume des séjours en Alsace - a été atteint. La durée moyenne des séjours est ainsi passée de 2,1 nuits par touriste en 2017, à 2,4 nuits en 2019. Post crise sanitaire, ce chiffre s'est stabilisé à 2,2 nuits avant de repasser à 2,1 nuits en 2022. Le nombre de touristes est pour sa part passé de 14 millions en 2017 à 17 millions en 2023.

Quelques éléments de bilan par thématique :

Itinérance douce

Indicateurs		2018	2021
1	• Nombre d'actions de communication réalisées par ADT (tous canaux)	36	68
2	• Nombre d'offres commerciales dans le LEI	48	77
3	• Nombre de structures labellisées "Accueil Vélo"	7	100
4	• Communauté Facebook (Alsace à Vélo)	5 504	8 024

Massif des Vosges 4 saisons

Indicateurs		2018	2021
1	• Nombre d'actions de communication réalisées par ADT (tous canaux)	19	65
2	• Retombées médias et équivalent publicitaire	18 / 12 850€	48 / 1 354 310€
3	• Nombre de contacts qualifiés "Organisateurs de voyages" (nouveaux/total)	208	304

Bien-être

Indicateurs		2018	2021
1	• Nombre d'actions de communication réalisées par ADT (tous canaux)	16	19
2	• Nombre d'offres commerciales dans le LEI	12	36

Châteaux

Indicateurs		2018	2021
1	• Communauté Facebook	10 861	22 522
2	• Communauté Instagram	1 225	5 776

Etoiles et Millésimes

Indicateurs		2018	2021
1	• Nombre d'actions de communication réalisées par ADT (tous canaux)	51	123
2	• Nombre d'offres commerciales dans le LEI	26	59

Humanisme Rhénan

Indicateurs		2018	2021
1	• Nombre d'actions de communication réalisées par ADT (tous canaux)	28	33
2	• Nombre d'offres commerciales dans le LEI	0	54

Quelques chiffres des actions menées par Alsace Destination Tourisme en 2022-2023 :

Ingénierie :

- ADT a lancé une dynamique RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) et a signé la Charte d'engagement Initiatives Durables.
- 102 structures labellisées Tourisme et Handicap.
- 220 prestations labellisées Accueil Vélo fin 2023.

- 388 structures Vignobles et Découvertes.
- La 5^{ème} conférence « Alsace à vélo » a réuni plus de 100 participants à HAGUENAU en 2022.
- Le slowUp a fêté ses 10 ans en 2023 et le succès est toujours au rendez-vous avec près de 44 000 participants.
- Col'Attitude a réuni 4 369 participants sur 8 évènements en 2023.
- Le Grand Banquet, en 2022, a déroulé 150 m de table pour plus de 1 500 repas servis.
- 2^{ème} Forum Alsace Terre Brassicole en 2023 avec 130 personnes.
- 757 352 visiteurs recensés sur 18 châteaux équipés d'éco-compteurs par ADT, en 2022.
- Tous aux châteaux le 1^{er} mai : avec 20 000 visiteurs présents en 2023 dans les 25 sites participants, il s'agit de l'édition la plus suivie depuis 10 ans.
- Trail Alsace Grand Est by UTMB® en 2023 : 4 913 coureurs enregistrés sur 4 courses, 20 châteaux traversés.

Communication-promotion :

- Au cours de l'année 2022, plus de 10 millions de personnes ont été en contact avec l'Alsace via les médias.
- 7,9 millions de pages vues sur les sites Visit Alsace, Route des Vins d'Alsace et Noël en Alsace, toutes langues confondues.
- En 2022, 60 communiqués et invitations presse ont été envoyés et plus de 30 accueils presse ont été organisés.
- Participation à 13 salons-workshops touristiques, en 2022.



Crédits : Alsace Destination Tourisme

5. L'AMBITION TOURISTIQUE 2024-2028 : FAIRE DE L'ALSACE UNE DESTINATION AUTHENTIQUEMENT DURABLE

Exemples d'actions pour chaque orientation proposée

Axe 1

RELEVER LE DEFIL D'UN TOURISME ALSACIEN COMPETITIF ET RESPONSABLE

Objectifs et exemples d'actions :

- Consolider les filières prioritaires et les adapter aux nouveaux défis
 - Continuer à organiser l'offre 4 saisons sur tous les territoires alsaciens
 - Muscler les actions en faveur de la filière brassicole
 - Accompagner le développement du tourisme fluvial et fluvestre
 - Continuer à promouvoir le tourisme d'affaires
 - Continuer à promouvoir le tourisme sportif
- Faire visiter toute l'Alsace, hors des sentiers battus et à son rythme
 - Mettre en avant une offre plus confidentielle (bande rhénane et visites d'entreprises par exemple)

- Accompagner la pérennisation de la vie associative, élément de vie des territoires, et actrice de l'animation locale
- Valoriser l'offre saisonnière
- Continuer à soutenir les investissements à travers l'AMI Tourisme de la Collectivité européenne d'Alsace
- Pérenniser la qualité de l'offre et de l'accueil et développer les services/équipements d'accueil
- Renforcer et encourager l'innovation et la diversification de l'offre
 - Oser l'hybridation de l'offre et des clientèles (art/nature, sport/patrimoine, festif/musée, lieux de vie/lieux touristiques ...)
 - Oser expérimenter - tester, puis évaluer
- Renforcer l'ingénierie auprès de porteurs de projets
 - Renforcer l'offre en hébergement dans certains territoires et pour certaines clientèles (groupes, itinérance, familles, ...)
 - Accompagner la reconversion des friches touristiques (redynamisation ou renaturation/transformation) et redynamiser certains sites touristiques
- Accompagner les entreprises dans leurs défis quotidiens
 - Promouvoir les métiers de l'hôtellerie-restauration et de l'accueil (dont le métier de guide)
 - Inspirer des vocations / ennoblir les métiers
 - Renforcer la collaboration avec les réseaux professionnels
 - Encourager la digitalisation et la commercialisation des offres

Axe 2

RENFORCER L'ALSACE COMME TERRE DE RENCONTRES

Objectifs et exemples d'actions :

- Agir en faveur d'un tourisme inclusif et accessible à tous les publics (séniors, jeunesse, en situation de handicap, etc.)
 - Renforcer l'offre accessible (intermodalités, circuits, équipements d'accueil, etc.), continuer à déployer le label Tourisme et Handicap
 - Renforcer les actions sur le tourisme social et solidaire (droit aux vacances)
- Agir en faveur d'une meilleure cohabitation entre les touristes et les locaux
 - Objectiver l'impact et communiquer pour une meilleure acceptation
 - Sensibiliser aux enjeux de logement des employés et habitants face à la pression immobilière touristique
- Accélérer la mise en tourisme des savoir-faire et promouvoir la consommation locale
 - Poursuivre notamment le travail avec la Marque Alsace, les chambres consulaires
 - Inciter les socio-professionnels à utiliser les circuits courts et à s'appuyer sur les artisans locaux
 - Renforcer l'agri-tourisme et le tourisme de l'artisanat
 - Faire émerger l'économie de partage dans le tourisme alsacien (seconde-main, mutualisation, conciergerie)
- Favoriser le développement de nouvelles expériences touristiques autour de la rencontre et du partage
 - Développer le tourisme apprenant et éducatif et notamment la transmission des traditions par les habitants, dont la langue alsacienne
 - Inciter les Alsaciens à visiter l'Alsace pour devenir de meilleurs ambassadeurs
 - Renforcer la médiation humaine
 - Accompagner les voyages scolaires et des centres de loisirs
 - Proposer une offre intergénérationnelle
 - Promouvoir l'offre transfrontalière

Axe 3

S'ADAPTER AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX ET DE MOBILITE

Objectifs et exemples d'actions :

- Sensibiliser les acteurs du tourisme alsacien et les accompagner vers une transition écologique et énergétique
 - Renforcer les outils et les compétences
 - Renforcer la certification et la labellisation
 - Valoriser les entreprises qui se démarquent en matière de tourisme responsable et durable
 - Faire germer les innovations autour de la transition écologique du tourisme
 - Éveiller sur les pratiques du numérique responsable et accompagner les acteurs dans l'utilisation de canaux de communication responsables (outils et médias)
- Favoriser le développement des mobilités douces, l'intermodalité et l'accessibilité du « dernier km »
 - Poursuivre les actions mises en œuvre par le collectif Alsace à vélo, développer les offres de location de vélos voire de véhicules intermédiaires en gares
 - Réfléchir sur l'accès aux transports collectifs des touristes (pass mobilité)
 - Renforcer la signalétique et informer davantage
- Organiser les flux dans le temps et l'espace, en prenant en compte l'environnement local et les ressources
 - Valoriser l'offre en fonction de la météo (lieux de baignades autorisés et sites adaptés en cas de canicule, ...)
 - Travailler sur une offre saisonnière (yield management pour les sites de visite)
 - Renforcer l'accompagnement des réceptifs pour une meilleure gestion des flux et une pratique plus durable
 - Encadrer l'immersion dans la nature
 - Optimiser l'offre des sentiers de randonnée pédestre et VTT
- Accompagner le développement d'offres durables
 - Inciter à la mise en place de tarifs préférentiels « développement durable » (pour les visiteurs venus en transport en commun, avec pratiques vertueuses...)
 - Prendre en compte les enjeux environnements dans les dispositifs de soutien aux projets (volets fonctionnement et investissement)
 - Proposer des offres 100 % durables : sans voiture, road-trip en TER, déconnectées, en immersion dans la forêt etc...
 - Accompagner les événementiels durables et de slow tourisme
 - Renforcer l'offre de tourisme régénérateur et réparateur (chantiers nature participatifs)

Axe 4

POSITIONNER LA GOUVERNANCE FACE AUX NOUVEAUX DÉFIS ET RENFORCER LA COOPERATION

Objectifs et exemples d'actions :

- Renforcer l'observation touristique et les moyens inhérents
 - Harmoniser les méthodes d'analyse et les indicateurs
 - Se doter de nouveaux indicateurs reflétant davantage l'ensemble des dimensions de l'activité touristique, notamment en matière de durabilité, et non uniquement les indicateurs macro-économiques
 - Evaluer plus fréquemment les besoins des territoires pour mieux adapter les actions
- Renforcer la coopération et l'information des acteurs
 - Relancer une instance touristique multi-partenariale : Région Grand Est, Collectivité européenne d'Alsace, Agglomérations et Communautés de communes

- Intégrer les acteurs du tourisme aux réflexions des acteurs de l'environnement, du social, de l'urbanisme et vice-versa
- Renforcer l'information auprès des socio-pros et de la gouvernance : temps d'informations et d'échanges réguliers, socle commun de connaissances
- Conforter la coopération interdépartementale et transfrontalière
- Développer la coopération inter-structures (communication, médiation, mobilités, centrale d'achat mutualisée...)
- Lancer un laboratoire de la prospective
- Renforcer les relations entre les socio-professionnels et institutionnels
- Encourager les partenariats public/privé
- Renforcer les collaborations avec les universitaires (innovation, études...)

6. ACCOMPAGNER ET FEDERER LES INITIATIVES : UNE DECLINAISON MULTI-PARTENARIALE :

6.2. Accompagner les investissements touristiques

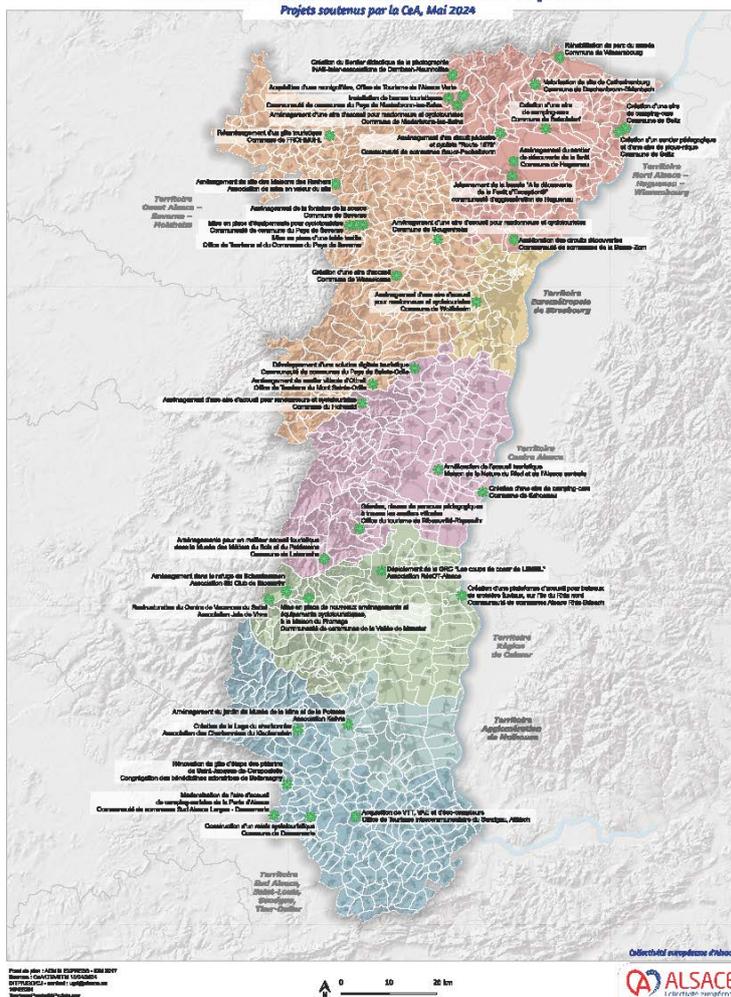
Bilan de l'Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) « investissements territoriaux dédiés au tourisme de proximité »

39 dossiers ont été validés à ce jour depuis 2023 :

- Montant des subventions : de 2 878 € à 100 000 €, pour un montant total de crédits engagés = **1 781 561 €** ;
- 9 dossiers ont atteint le plafond de 100 000 € ;
- Répartition sur tous les territoires ;
- Thématiques :
 - 17 dossiers concernent l'itinérance douce : 6 aires d'accueil pour randonneurs et cyclotouristes, 8 aménagements de circuits, 1 jalonnement d'une boucle vélo, 1 acquisition d'une table tactile, 1 acquisition d'une flotte de vélos
 - 6 dossiers concernent de l'accueil touristique dans des sites muséographiques, 3 sur des sites urbains, 1 dans une maison de la nature
 - 5 dossiers des hébergements et 4 dossiers des aires de camping-cars
 - 1 dossier est relatif au tourisme fluvial, 1 dossier concerne l'acquisition d'une montgolfière
 - 1 dossier concerne la gestion relation clients à l'échelle de l'Alsace
- Taux : les taux accordés varient de 20 à 58 % et sont définis selon la notation liée aux critères du règlement.

Une dizaine de candidatures sont en cours d'instruction et plus d'une quinzaine d'autres projets en cours de montage ou en réflexion.

Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI)
"Investissements territoriaux dédiés au tourisme de proximité"
 Projets soutenus par la CeA, Mai 2024



Détail des propositions de modifications du règlement de l'AMI

- Afin de continuer à soutenir les acteurs locaux dans leurs projets d'aménagements touristiques, il est proposé de prolonger la durée de l'Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) « investissements territoriaux dédiés au tourisme de proximité », en s'alignant sur la durée de la stratégie touristique et d'autoriser en conséquence le dépôt de nouveaux dossiers jusqu'au 31 décembre 2028, à minuit.
- Il est aussi proposé de baisser le taux maximum, tout en gardant un effet levier. Le taux maximal passerait de 60 % à 40 %.
- Insister sur le fait de faire appel à d'autres financeurs : « Les porteurs de projets sont fortement encouragés à faire appel à d'autres sources de financements et partenariats (publics et privés). Le plan de financement devra faire apparaître le soutien de la Collectivité européenne d'Alsace sollicité ainsi que les aides demandées ou obtenues des partenaires. »
- Clarifier les objectifs premiers comme ceci : « Cette offre ou service doit améliorer l'accueil des touristes via de nouveaux équipements d'accueil ou d'informations touristiques et
 - leur faire découvrir un environnement naturel, avec le rajout de ceci « et/ou historique »,
 - et/ou leur faire découvrir des savoir-faire locaux,
 - et/ou développer l'itinérance (douce en priorité). »
- Indiquer que la cible prioritaire du projet doit être les visiteurs : touristes et excursionnistes.

- Rendre les quatre critères environnementaux obligatoires et non plus un seul : « L'offre ou le service doit limiter son impact sur l'environnement, en répondant à tous les critères suivants : bonne gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets, des nuisances sonores / intégration paysagère / utilisation de matériaux écologiques et durables / sensibilisation du public à l'environnement (faune/flore, biodiversité, tri des déchets, etc. ».
- Rajouter le critère suivant : « L'offre ou le service doit prendre en compte toutes les cibles de clientèles - familles, personnes en situation de handicap, touristes étrangers, etc. – par exemple, avec l'ajout d'éléments ludiques, un panneau à la bonne hauteur avec du texte contrasté, informations touristiques traduites en anglais et en allemand, etc... ».
- Rajouter le critère suivant : « L'offre doit être la plus originale possible et faire la différence. Par exemple, si le projet consiste à valoriser un sentier touristique, dans le cadre d'un projet global avec l'ajout d'équipements d'accueil, des éléments différenciant doivent être rajoutés (exemples : cadre en bois de type « fenêtre » qui inciterait les gens à se prendre en photos, silhouettes d'animaux, sentier pieds nus, etc.) ».
- Rajouter le critère suivant : « Dans la mesure du possible, l'offre doit donner des informations qui renvoient vers les autres sites à proximité, vers les circuits de randonnée, vers l'Office de Tourisme, etc., de type RIS (Relais Information Service) ou mettre à disposition des flyers, etc. C'est obligatoire si des panneaux sont déjà prévus au niveau de l'offre ».
- Clarifier l'éligibilité de certaines offres :
 - « Sont exclus tous travaux d'infrastructures routières et cyclables » en précisant « dont les parkings pour voitures, (mais sont éligibles les aires de camping-cars) ».
 - « Sont exclus les projets d'hébergement sauf s'il est démontré un manque pour l'accueil de groupes ou d'itinérants à la nuitée (une étude de marché sera demandée) ».
 - « Sont exclus les projets qui ont un objectif premier culturel et patrimonial : panneaux de médiation culturelle, œuvres d'art, sculptures, vitrines et supports pour œuvres, etc. ».
 - « Peuvent être pris en compte les projets de valorisation touristique du patrimoine de type circuits historiques extérieurs ou de mise en tourisme de sentiers existants, uniquement dans le cadre d'un projet touristique global avec l'ajout d'équipements d'accueil : services pour cyclistes, équipements pour familles, etc. (arceaux, borne électrique, station de réparation, tables de pique-nique, éléments ludiques, Relais Information Service...) ».
 - « Est éligible le jalonnement uniquement des itinéraires « Alsace à Vélo » : les Boucles locales et transfrontalières, avec le rajout de « boucles pour tous (accessibles aux personnes en situation de handicap) ».
 - « Sont exclus les équipements sportifs de type agrès sportifs et les jeux communaux destinés aux habitants. Sont éligibles les éléments ludiques et jeux si inclus dans un projet touristique global et présentant une thématique en lien avec l'offre touristique locale (exemples : eau, animaux de la forêt, châteaux, etc.) ».
 - « Les bornes numériques seules, sans présence d'un accueil humain à proximité immédiate ne sont pas éligibles ».
 - « Sont exclus les outils et actions de promotion et de communication », avec l'ajout de cette proposition « et de commercialisation, dont la création de flyers, brochures, sites Internet et applications de type informatives. Néanmoins, les outils ludiques et numériques constituant une nouvelle offre touristique peuvent être éligibles, de type réalité virtuelle ou jeu de piste (application ou livret de jeu en papier), uniquement dans le cadre d'un projet touristique global avec l'ajout d'équipements d'accueil touristique ».
- Rajouter des éléments complémentaires à demander dans la fiche de candidature :
 - Le détail sur le fonctionnement actuel (fréquentation, financement, etc.) et futur (entretien, prix de la prestation, etc.).
 - Quel travail a été fait avec l'Office de Tourisme, qui doit être partie prenante du projet ? Quels autres partenaires (Alsace Destination Tourisme, parcs naturels régionaux, collectif Massif des Vosges, etc.) ?
 - Quels sont précisément les équipements ou travaux présentés dans le projet : nombre précis, leur emplacement, etc.