



Contrat de Destination Annuel 2017 Massif des Vosges

Février 2017



CONTRAT DE DESTINATION ANNUEL «MASSIF DES VOSGES» 2017

ENTRE :

L'Etat,
représenté par M. Stéphane FRATACCI, préfet de la région Grand Est, ci-après dénommé «l'Etat» ;

ET

La région Grand Est,
représentée par M. Philippe RICHERT, président du Conseil régional Grand Est ;

La région Bourgogne Franche-Comté,
représentée par Mme Marie-Guite DUFAY, présidente du Conseil régional de Bourgogne Franche-Comté ;

Le département du Bas-Rhin,
représenté par M. Frédéric BIERRY, président du Conseil départemental du Bas-Rhin ;

Le département du Haut-Rhin,
représenté par M. Eric STRAUMANN, président du Conseil départemental du Haut-Rhin ;

Le département de la Haute-Saône,
représenté par M. Yves KRATTINGER, président du Conseil départemental de la Haute-Saône ;

Le département de Meurthe-et-Moselle,
représenté par M. Mathieu KLEIN, président du Conseil départemental de Meurthe-et-Moselle ;

Le département de la Moselle,
représenté par M. Patrick WEITEN, président du Conseil départemental de la Moselle ;

Le département du Territoire de Belfort,
représenté par M. Florian BOUQUET, président du Conseil départemental du Territoire de Belfort ;

Le département des Vosges,
représenté par M. 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 2017 en réunions ;**
 - **du comité technique du Contrat de Destination du 09 novembre 2016 ;**
 - **du comité interrégional de pilotage et de programmation du jeudi 09 mars 2017.**

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 Grand Est et Bourgogne Franche-Comté, les départements du Bas-Rhin, du Haut-Rhin, du Territoire de Belfort, de la Haute-Saône, des Vosges, de 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, Alsace Destination Tourisme, 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 françaises 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 2017, 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 2017.

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 2017

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 : Structuration et qualification de l'offre,
- B : Marketing, promotion et communication,
- C : Intégration territoriale du tourisme,
- D : Observation et évaluation.

Le programme d'actions 2017 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. Il est co-animé, pour l'année 2017, par le Commissariat à l'aménagement du massif des Vosges, représenté par la commissaire à l'aménagement du massif des Vosges et Alsace Destination Tourisme, représenté par son directeur.

3.3. 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 animé par le chef de projet du Contrat de Destination.

3.4. Groupes de travail 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.

3.5. 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 du massif des Vosges.

Article 4 : Coût du programme 2017 et engagements financiers

Le coût total du programme d'actions 2017 s'élève à **835 950 €**. Le besoin de financement de ce programme, hors fonds FEDER « Massif des Vosges », s'élève à **370 000 €**.

Les partenaires financiers du présent contrat s'engagent à contribuer au financement des actions inscrites au présent contrat à hauteur de **370 000 €** (dont 12 670 € d'autofinancement du CD 88) 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, page 42.

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) : **350 000 €** ;
- autofinancement et fonds privés : **128 620 €**.

Soit le tableau récapitulatif ci-dessous :

FEDER	350 000 €
Sous total A	350 000 €
Etat	150 000 €
Autre dont DGE	20 000 €
Conseil régional Grand Est	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 la Moselle	9 910 €
Conseil départemental de Meurthe-et-Moselle	8 880 €
Conseil départemental du Territoire de Belfort	7 470 €
Conseil départemental de la Haute-Saône	8 280 €
Sous total B	370 000 €
TOTAL	720 000 €

* Le Conseil départemental des Vosges valorise en autofinancement 12 670 € sur les 22 670 € présentés dans le tableau récapitulatif.

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 présentées en réunions du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation (CIPP) 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 2017

A - Par volets

	Actions	Maitre d'ouvrage *	Coût financement public
Volet A : Structuration et qualification de l'offre			
6	Filière itinérance	ADT	45 000 €
8	Filière éco tourisme	PNRBV	15 000 €
9	Filière « Massif des Vosges » en famille	CD 88	76 000 €
Sous total A			136 000 €

Volet B : Marketing, promotion et communication			
Actions marchés France			
1	Animation de la marque	PNRBV	Enveloppe CP
2	Partenariat magazine « Montagnes des Vosges »	Lorraine	15 000 €
3	Opérations de co-branding	Tourisme	Pas de budget
4	Hébergement, mises à jour et développement du site internet	ADT	30 000 €
5	Editions	Lorraine Tourisme	30 000 €
10	Campagne image	ADT	75 000 €
11	Campagne webmarketing	ADT	50 000 €
12	Relation presse France	Lorraine Tourisme	35 000 €
13	Salon du randonneur - LYON	ADT	45 000 €
14	Edition 2017 de la Fête de la Montagne	PRNBV CROSA	Pas de budget
Sous total actions marché France			280 000 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
15	CMT de Stuttgart	ADT	15 000 €
16	Campagne multimédia et opérations associées		20 000 €
			35 000 €
Belgique			
17	Relation presse et campagne de communication	ADT	Budget 2015
Pays-Bas			
18	Salon des vacances Utrecht	Lorraine Tourisme	6 000 €
			6 000 €
Sous total marchés étrangers			41 000 €
Sous total B			321 000 €

Volet C : Intégration territoriale du tourisme			
7	Cluster tourisme de pleine nature bien-être	ADT	3 000 €
Sous total C			3 000 €

Volet D: Observation et évaluation			
19	Publication chiffres clés n°2	PNRBV	Enveloppe CP
20	Actualisation et évaluation de la stratégie touristique		30 000 €
Sous total D			30 000 €

Volet : Animation du Contrat de Destination			
21	Webmaster	ADT	50 000 €
22	Animation du Contrat de Destination	PNRBV	125 000 €
23	Animateur de marque	?	25 000 €
24	Animation filière Massif des Vosges en famille	CD 88	30 000 €
Sous total			230 000 €

* Maitrise d'ouvrage administrative et financière.

* CP : Chef de projet.

Actions 23 & 24 : Sous réserve de validation en CIPP

Action 23 : Maitrise d'ouvrage à définir

Tableau synthétique par volet

Volet	Montant	%
A : Structuration et qualification de l'offre	136 000 €	18 %
B : Marketing, promotion et communication	321 000 €	45 %
C : Intégration territoriale du tourisme	3 000 €	0,4 %
D : Observation et évaluation	30 000 €	4,6 %
Animation du Contrat de Destination	230 000 €	32 %
TOTAL	720 000 €	100 %

B – Par maîtres d'ouvrage (maîtrise d'ouvrage administrative et financière)

Parc naturel régional des Ballons des Vosges		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
20	Evaluation et actualisation de la stratégie touristique	30 000 €
8	Filière éco tourisme	15 000 €
22	Animation du contrat de destination, dont mission animation marque & réseau (fiche action 1)	125 000 €
1	Animation de la marque	Enveloppe chef de projet
14	Edition 2017 de la « Fête de la Montagne »	Pas de budget
Sous total		170 000 €

ADT		
N°	Actions	Cofinancement prévisionnel
4	Ecosystème digital	30 000 €
6	Filière itinérance	45 000 €
7	Cluster tourisme et sports de pleine nature	3 000 €
10	Campagne image multi marché	75 000 €
11	Campagne web marketing	50 000 €
13	Salon du randonneur	45 000 €
15	CMT de Stuttgart	15 000 €
16	Campagne multimédia et opérations associées	20 000 €
17	Relation presse et campagne de communication	Budget 2015
21	Webmaster	50 000 €
Sous total		333 000 €

CD 88		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
9	Filière « Massif des Vosges en famille »	76 000 €
24	Mission animation filière « Massif des Vosges en famille »	30 000 €
Sous total		106 000 €

Lorraine Tourisme		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
2	Partenariat « Montagnes des Vosges magasin »	15 000 €
3	Opération de co-branding	Pas de budget
5	Editions	30 000 €
12	Relation presse France	35 000 €
18	Salon des vacances d'Utrecht	6 000 €
Sous total		86 000 €

Maîtrise d'ouvrage à définir.

23	Mission animation de la marque	25 000 €
TOTAL		720 000 €

Volet A : Structuration et qualification de l'offre

Ce volet permettra :

- un accompagnement individuel et une mise en réseau des acteurs territoriaux, des professionnels, des filières et des porteurs de projet d'investissement visant à optimiser les bonnes pratiques en matière de qualification de l'offre d'activités, d'équipements ou de service ;
- le renforcement des démarches de qualification et de labellisation en cohérence avec les différents dispositifs de qualité et marques existantes (Qualité Tourisme, 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 éco-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 ;
- la mise en valeur des sites et espaces touristiques et des 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 2017

	Actions	Maitre d'ouvrage *	Coût financement public
Volet A : Structuration et qualification de l'offre			
6	Filière itinérance	ADT	45 000 €
8	Filière éco tourisme	PNRBV	15 000 €
9	Filière Massif des Vosges en famille	CD 88	76 000 €
Sous total A			136 000 €

**Maitrise d'ouvrage administrative et financière.*

6	Filière itinérance	ADT
----------	---------------------------	------------

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).

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 45 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

L'année 2016 a permis d'améliorer le tracé de la traversée du massif des Vosges et de finaliser le dossier de candidature à la certification européenne. Un important travail de terrain a été réalisé dans ce but, avec l'aide d'une apprentie. La « mise en tourisme » de l'itinéraire a été retardée, notamment dans l'attente des préconisations de l'étude de positionnement du cabinet Futourism.

Pour 2017, il est proposé de poursuivre les efforts en :

- continuant le travail de mise en œuvre des actions avec l'aide d'une apprentie sur les 9 mois restants de son contrat d'alternance ;
- travaillant sur l'identité graphique et la création de supports de communication spécifiques à l'itinéraire (ex : plaquette, affiche, conception des panneaux d'information de l'itinéraire, cadeaux) ;
- en installant des portiques et panneaux d'information à des points clés du sentier (début, étapes, fin), une quinzaine étant nécessaire (devis pour 3) ;
- assurant la visibilité de la Traversée du Massif des Vosges à pied au sein de différents réseaux (ex : Grands Itinéraires Pédestres français avec notamment la présence sur le Grand Bivouac à Albertville, Leading Quality Trail network et sa brochure) ;
- soutenant un événementiel et une exposition pour les 120 ans de l'itinéraire et sa certification Leading Quality Trail – Best of Europe ;
- en mettant en place une plateforme numérique dédiée aux activités de pleine nature avec un partenaire leader en Europe.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

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) et promotion des différentes formes d'itinérances.

Indicateur(s) de performance(s)

Nombre km d'itinéraires numérisés, analysés et certifiés, fréquentation des rubriques dédiées du site internet « Massif des Vosges », nombre de téléchargements de carnets de route pdf et de traces.

Cible visée :

Public de randonneurs européens.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2017.

Partenaires associés :

PNR des Vosges du Nord, référents des filières « Massif des Vosges »

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 15 000 € TTC**Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)**

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Objectif : Donner plus de lisibilité aux séjours écotouristiques « Massif des Vosges » par le biais d'articles web ciblés et de photos. Les reportages s'attacheront à restituer l'ambiance des séjours vécue par des touristes.

1/ Rédaction de 40 articles (300/400 mots) thématiques selon divers angles en fonction des centres d'intérêt de la clientèle visée par la stratégie marketing du massif des Vosges & intégration des liens vers les pages séjours du site Internet du massif des Vosges.

Les articles seront rédigés après que les blogueurs auront expérimenté le séjour (au total 15 jours pour 3 blogueurs).

Les articles seront traduits en allemand.

2/ Reportages photos libres de droits pour illustrer les différentes thématiques mises en avant dans les articles.

Reportage Photo des principaux partenaires de chacun des séjours commercialisés en 2017 (Portraits & Expériences).

Partage des photos avec les partenaires du massif des Vosges.

Au total + de 400 photos qualitatives sélectionnées intégrant la vision expérientielle.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Valorisation des séjours écotouristiques sur les sites du Massif des Vosges, des 2 PNR ainsi que des professionnels qui commercialisent les séjours.

Indicateur(s) de performance(s) :

Augmentation des ventes des séjours écotouristiques.

Cible visée :

Professionnels

Calendrier et échéancier de réalisation :

De mai 2017 à fin 2017.

9	Mission d'accompagnement de la filière « Massif des Vosges en famille »	CD88
----------	--	-------------

Partenaires associés :

Partenaires du contrat de destination et les 10 stations engagées dans la démarche (Champ du Feu, Lac Blanc, La Bresse, Gérardmer, Schnepfenried, Markstein, Ventron, Bussang, Rouge Gazon, Ballon d'Alsace).

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 76 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Objectifs poursuivis et effets attendus :

La filière « Massif des Vosges en famille » est l'une des filières phares du contrat de destination du massif. Elle a pour objectif de concourir à la construction d'une offre touristique qualitative en faveur des familles, et d'en assurer la promotion auprès des marchés cibles.

Cible visée :

Marchés visés dans le cadre du contrat de destination.

Descriptif de l'action :

3 actions sont visées dans le programme proposé :

- poursuivre le travail de formation des référents des stations et l'animation du réseau ;
- augmenter le nombre de socio-professionnels engagés dans la démarche, en priorisant sur les hébergeurs et les restaurateurs ;
- poursuivre l'amélioration de l'offre hivernale dans les stations (accueil des enfants, apprentissage du ski, découverte de la neige pour tous, ...).

Cette mission fera l'objet d'un accompagnement par un bureau d'études.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Années 2017 et 2018.

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 2017

Volet B : Marketing, promotion et communication			
Actions marchés France			
1	Animation de la marque	PNRBV	Enveloppe CP
2	Partenariat magazine « Montagnes des Vosges »	Lorraine	15 000 €
3	Opérations de co-branding	Tourisme	Pas de budget
4	Hébergement, mises à jour et développement du site internet	ADT	30 000 €
5	Edtions	Lorraine Tourisme	30 000 €
10	Campagne image	ADT	75 000 €
11	Campagne webmarketing	ADT	50 000 €
12	Relation presse France	Lorraine Tourisme	35 000 €
13	Salon du randonneur - LYON	ADT	45 000 €
14	Edition 2017 de la Fête de la Montagne	PRNBV CROSA	Pas de budget
Sous total actions marché France			280 000 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
15	CMT de Stuttgart	ADT	15 000 €
16	Campagne multimédia et opérations associées		20 000 €
			35 000 €
Belgique			
17	Relation presse et campagne de communication	ADT	Budget 2015
Pays-Bas			
18	Salon des vacances Utrecht	Lorraine Tourisme	6 000 €
			6 000 €
Sous total marchés étrangers			41 000 €
Sous total B			321 000 €

1	Animation de la marque « Massif des Vosges »	Chef de projet
----------	---	---------------------------

Partenaires associés :

Les partenaires financiers et techniques du contrat de destination, les socio-professionnels du massif.

Cofinancement prévisionnel de l'opération :

Enveloppe chef de projet (coût prévisionnel de 18 000 €).

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Objectifs poursuivis, effets attendus et descriptif des actions

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 œuvre d'une stratégie marketing territoriale, confiée au cabinet FUTOURISM. Le recours à une stratégie de marque est une étape et un enjeu important, qui vient compléter l'outillage de la stratégie marketing.

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 et en faire des prescripteurs de la marque.

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 et les socio-professionnels du massif afin de les impliquer et de les fédérer autour de la stratégie pour en faire des prescripteurs de la marque « Massif des Vosges ».

DES CONTENUS, DES OUTILS, DES PRESCRIPTEURS

3 objectifs 2017 pour la stratégie de marque :

- travailler les contenus et leurs usages ;
- outiller des prescripteurs ;
- animer des réseaux de prescripteurs.

Les contenus

4 axes de travail

- *les logos et leurs usages (logos médias et marquage)*
Après quelques mois de fonctionnement du bloc marque de la destination, il s'agit de répondre aux mieux aux divers usages et d'ajuster les logos en conséquence. Une version adaptée à des usages médias est prévue début 2017.

3 types de contenus seront travaillés :

- *des contenus rédactionnels*
Des contenus rédactionnels types de présentation de la destination en fonctions des contextes et des thématiques seront déclinés.
- *des contenus vidéos au format web*
Ces contenus feront l'objet d'une collection de 15 à 20 vidéos au format web (1m30) qui mettront en image l'offre touristique mise en expérience issue du nouveau positionnement de la stratégie marketing.
Ces vidéos feront l'objet de la campagne image (Fiche action 10).

- *des contenus images photos*
La collection de photos de la destination entamée en 2016 sera complétée en 2017, notamment sur l'hiver. Les photos seront mises à disposition à travers un outil photothèque intégré à l'espace pro.

Les outils (production de support de communication)

A destination des OT :

La charte de partenariat OT du massif + vitrophanie + kit de communication comprenant :

- un mode d'emploi du contrat de destination + guide de marque ;
- des blocs comptoir (50 feuillets A3 présentant la destination Massif des Vosges imprimés en 2 000 ex) ;
- des autocollants à distribuer aux professionnels des territoires des OT et aux visiteurs ;
- une vitrophanie à coller sur la vitrine des OT ayant signée la charte d'engagement.

Pour tous les acteurs touristiques :

- un document de présentation de la stratégie marketing ;
- un espace pro adossé au site internet grand public ;
- une photothèque dans l'espace pro ;
- une collection de web vidéo en téléchargement depuis l'espace pro.

Création d'un espace promotionnel de la destination

La campagne événementiels 2017 verra la création d' **un espace promotionnel spécifique de la marque** composé de tentes, de kakémonos, d'oriflammes, et d'objets logotés.

L'espace « Massif des Vosges » pourra faire l'objet d'animations particulières 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.

Des prescripteurs

L'enjeu est d'engager une dynamique coopérative pour faire des partenaires des acteurs de la réussite marketing de la destination «Massif des Vosges».

Parmi ces partenaires, 3 cibles prioritaires :

- les offices de tourisme de la destination ;
- les professionnels ;
- les organisateurs de manifestations sportives et culturelles.

OBJECTIF 2017

- les OT de la destination « Massif des Vosges » :

Signature d'une charte de partenariat, identification avec une vitrophanie ambassadeur et distribution d'un kit de communication comprenant :

- un mode d'emploi du contrat de destination + guide de marque ;
- des blocs comptoir (50 feuillets A3 présentant la destination « Massif des Vosges » imprimés en 2 000 ex) ;
- des autocollants à distribuer aux professionnels des territoires des OT et aux visiteurs ;
- une vitrophanie à coller sur la vitrine des OT ayant signé la charte d'engagement.

- 100 socio-professionnels prescripteurs

L'objectif est de commencer à approcher les socio-professionnels de la destination avec du contenu marque -brand content- (voir stratégie événementielle et campagne image (fiche action 10) pour en faire des prescripteurs de la marque.

Des RDV de la marque

Pour faire vivre une dynamique collective et coopérative, 2 rendez-vous de la marque seront proposés en 2017 :

- en avril pour les OT du massif et les socio-professionnels, pour présenter la stratégie marketing et la stratégie de la marque ;
- à l'automne pour une rencontre autour du programme d'actions.

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 s'appuie, notamment, sur l'appel à projets « sports de nature » lancé par le commissariat de massif pour 2017.

18 manifestations sportives et culturelles feront l'objet d'un déploiement de la marque « Massif des Vosges » en 2017, 11 dans le cadre de l'appel à projet du commissariat de massif et 7 autres manifestations en adéquation avec les priorités stratégiques de la convention de massif et du contrat de destination (*voir liste ci-dessous*).

Liste et calendrier des événementiels « Massif des Vosges 2017 »

Trail blanc des neiges	25 & 29 janvier
Run Attitude	30 avril
Slow up	4 juin
Enduro Hautes-Vosges	3 au 6 juin
L'Alsacienne	25 juin
Nuit des Refuges	24 & 25 juin
Villages des Sports de nature	24 & 25 juin
120 ans du GR5	automne 2017
Avt 1 ^{ère} Grande Traversée	juin
Xterra	1 & 2 juillet
Tour de France	1 & 5 juillet
Mondial Air Ballon	23 au 30 juillet
Triathlon de Gérardmer	2 & 3 septembre
Championnat de France Trail	16 & 17 septembre
Défis des Corbeaux	2/3/9/10 septembre
Belfort Trail	22 octobre
FIG	29 au 1 octobre
Cannondale enduro	12/03-18/06-7/08-17/09

en bleu : manifestation retenue au titre de l'appel à projet « Sport de nature »

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.

Moyens humains dédiés

Au fil des années et à la faveur de la stratégie marketing de 2016, le massif des Vosges est passé d'un territoire de destination à une marque de destination. Une marque dont l'enjeu maintenant est de lui donner du contenu et faire en sorte que ces contenus soient diffusés auprès des acteurs du territoire, sur leur propre médias afin que ceux-ci deviennent des performeurs de la marque. Cette dynamique collective à engager nécessite d'avoir un «VRP» de la marque « Massif des Vosges ».

Création d'un chef de marque

A ce jour, l'animation de la marque est en partie confiée au chef de projet. Afin de pouvoir la mener à bien telle que définie par la stratégie marketing, la création d'un poste de chef de marque à temps plein serait nécessaire. Voir fiche action n° 23.

Indicateur(s) de performance(s)/suivi :

- nombre d'offices du tourisme signataires de la charte partenariale ;
- 19 manifestations et événements culturels et sportifs, soit près de 550 000 visiteurs ;
- nombre de participants aux 2 rencontres ;
- nombre de blocs comptoir et autocollants distribués ;
- création de l'espace promotionnel de la destination.

Cible visée :

- offices de tourisme de la destination ;
- socio-professionnels ;
- habitants ;
- visiteurs.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2017, dont :

- avril : rendez-vous de la stratégie et de la marque ;
- événementiels : voir calendrier ;
- automne : rendez-vous de la marque.

2	Partenariat «Montagnes des Vosges»	Lorraine Tourisme
----------	---	------------------------------

Partenaires associés :

Membres du collectif, l'équipe du magazine «Montagnes des Vosges».

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 15 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Mise en place d'un partenariat avec le magazine « Montagnes des Vosges », revue du territoire mettant en exergue l'attractivité de la destination en cohérence avec les valeurs de la marque « Massif des Vosges ».

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés)

Travailler en synergie avec ce magazine afin de porter collectivement les valeurs de la destination « Massif des Vosges » et renforcer ainsi la visibilité du massif.

Indicateur(s) de performance(s)

Nombre de magazines diffusés.

Cible visée :

Habitants et touristes.

Calendrier et échéancier de réalisation :

- 2017 – janvier : mise en place du plan d'actions 2017 avec les partenaires et l'équipe du magazine « Montagnes des Vosges » ;
- janvier 2017 – Mars 2018 : déroulement du plan d'actions.

3	Opération de co-branding	Lorraine Tourisme
----------	---------------------------------	------------------------------

Partenaires associés :

Membres du collectif et entreprises de la destination.

Cofinancement prévisionnel de l'opération :

Pas de budget

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Il s'agit, dans le cadre de la stratégie marketing de marque de chercher à s'associer à d'autres marques emblématiques du territoire de proximité immédiate et/ou en lien avec le territoire du massif des Vosges afin de valoriser la marque de la destination en signant de façon temporaire (**co-branding** promotionnel) ou pérenne un produit ou une gamme de produits et services.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

- valoriser la marque de la destination « Massif des Vosges » ;
- accroître la lisibilité et la visibilité de la marque et de la destination « Massif des Vosges » ;
- mobiliser les entreprises.

Indicateur(s) de performance(s) :

Nombre de partenariat.

Cible visée :

Les entreprises de la destination « Massif des Vosges ».

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2017.

4	Développement web	ADT
----------	--------------------------	------------

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 : 30 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

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 2017 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, l'hébergement du site, les améliorations des fonctionnalités, newsletter, traduction, etc...

D'autre part, l'étude de positionnement a formulé des préconisations concernant le site internet, avec la mise en avant de produits vitrines sur lesquels s'appuie la campagne de communication. Ceux n'étant pas déterminés à ce jour, le devis fourni n'a pas pu évaluer le coût d'intégration de ces propositions. Une enveloppe plafonnée à 10 000 € est affectée à ce développement.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Promouvoir le site Internet massif des Vosges, développer et augmenter la visibilité de l'offre de la destination sur les outils numériques.

Indicateur(s) de performance(s) :

Statistiques nombre de pages vues, durée de visite, taux de rebond.

Cible visée :

Internautes/touristes français et étrangers (Allemagne, Pays-Bas, Belgique). Partenaires du contrat de destination et prestataires locaux.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2017.

5	Editions et rééditions	Lorraine Tourisme
----------	-------------------------------	------------------------------

Partenaires associés :

Membres du collectif « Massif des Vosges », prestataires touristiques.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 30 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Edition de brochures touristiques visant à promouvoir la destination « Massif des Vosges » en direction des publics cibles déterminés. Il s'agit notamment de la réédition et de la diffusion de la carte touristique « Massif des Vosges », ainsi que d'un dépliant spécifique à destination de la clientèle famille.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés)

Amélioration de la diffusion de l'information touristique sur le territoire du massif des Vosges ainsi qu'à l'extérieur sur les marchés cibles.

Indicateur(s) de performance(s)

Nombre de documents diffusés.

Cible visée :

Touristes.

Calendrier et échéancier de réalisation

Janvier : Mise en place du plan de diffusion des brochures.

Printemps : Edition et réédition des documents, puis diffusion dans les lieux identifiés.

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 : 75 000 € TTC**Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)**

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Cette proposition pour 2017 est issue de l'étude de positionnement élaborée par le cabinet Futourism. Il s'agit de confier à une agence la mise en place d'une campagne de communication ambitieuse. Différentes actions sont prévues, notamment :

- proposition d'un concept créatif déclinable sur les différents marchés prioritaires du Massif des Vosges (F/D/NL/B) ;
- mise en valeur de produits « vitrine » basés sur différentes formes d'itinérances pour fédérer les partenaires ;
- conception de supports de promotion : par exemple une vidéo par produit « vitrine », des témoignages de personnalités vosgiennes avec affichage ;
- organisation d'un grand jeu-concours à partager avec l'ensemble des partenaires.

Il s'agit d'actions multi-canal, mais avec une priorité pour le webmarketing et l'effet viral que l'on peut produire par ce biais. L'enveloppe consacrée à cette opération a été estimée à 75 000 €, comprenant la conception des supports et le plan média correspondant. L'action et le montant affecté ayant été validés tardivement, le devis est en cours d'élaboration.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Développer la notoriété et l'image de la destination « Massif des Vosges ».

Indicateur(s) de performance(s) :

Site internet : nombre de pages et de vidéos vues, durée de visite, taux de rebond.

Réseaux sociaux : interactivité « Massif des Vosges » (nombre de fans, nombre de postes, nombre de vues photos et vidéos).

Cible visée :

Grand public en France, Allemagne, Belgique et Pays-Bas.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Lancement automne 2017.

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 : 50 000 € TTC**Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)**

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Dans le cadre du contrat de destination massif des Vosges et de la refonte du site internet « massif des Vosges », une stratégie de communication globale sur le web a été initiée en 2016 pour le marché France (coût 30 000 €). Cibles principales : internautes consommateurs de loisirs plein air, grand public et prescripteurs.

L'objectif pour 2017 serait d'étendre cette action au-delà du marché France, vers l'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique, d'où un montant affecté supérieur. L'enveloppe fixée à 50 000 € est un maximum permettant de poursuivre les actions d'amélioration de la fréquentation du site www.massif-des-vosges.com (certains devis mentionnant des coûts unitaires).

Actions :

- communication web multi-marché : 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 web social : SMO, optimisation de notre présence sur nos réseaux sociaux (achat publicitaire, jeu concours Facebook, etc...), animation d'une page facebook en néerlandais, etc... ;
- modification de contenu pour un meilleur référencement naturel ;
- utilisation de la plateforme numérique Outdooractive pour la mise en place d'une campagne de communication ciblée sur ses utilisateurs (amateurs d'activités de pleine nature).

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Promouvoir le site Internet Massif des Vosges et développer la notoriété de la destination « Massif des Vosges » à travers une stratégie de communication ciblée.

Indicateur(s) de performance(s)

Site internet : nombre de pages vues, durée de visite, taux de rebond.

Réseaux sociaux : interactivité « Massif des Vosges » (nombre de fans, nombre de postes, nombre de vues photos et vidéos).

Newsletter : nombre d'abonnés newsletters.

Cible visée :

Internautes/touristes français et étrangers avec comme cibles prioritaires les pays suivants : l'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2017.

12	Relation presse nationale	Lorraine Tourisme
-----------	----------------------------------	------------------------------

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 : 35 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

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'une revue de presse ;
- production d'un rapport d'activités mensuel.

Descriptif de l'action :

Cette action s'inscrit dans la continuité de celle engagée en 2016.

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 :

Année 2017.

13	Salon du Randonneur LYON	ADT
-----------	-------------------------------------	------------

Partenaires associés :

Les membres du groupe de travail itinérance et tout autre partenaire de la filière intéressé (office de tourisme, réseau d'hébergement, etc.).

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 45 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Le collectif « Massif des Vosges » était présent en 2016 sur ce salon spécialisé avec 14 comptoirs et l'équivalent de 21 partenaires représentés. Le public étant très ciblé, les retours des participants exposants étaient très positifs d'où la proposition de reconduire cette opération.

Pour 2017, le salon se tiendra les 24, 25 et 26 mars toujours au Centre de congrès de Lyon. L'espace « Massif des Vosges » pourrait avoir sensiblement la même surface qu'en 2016, soient 54 m². Pour assurer une visibilité accrue, des animations seront proposées sur l'espace ainsi qu'une conférence. Une participation sera demandée aux partenaires pour couvrir les frais liés à ces animations et à la communication autour de notre présence à Lyon.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Identifier le massif des Vosges comme destination de randonnées auprès des clientèles françaises avec un espace dédié et visible, augmentation des ventes de prestations (séjours, accompagnements, etc...).

Indicateur(s) de performance(s) :

- nombre de contacts renseignés et de documents diffusés ;
- nombre de partenaires sur l'espace et satisfaction mesurée via un questionnaire.

Cible visée :

Public de randonneurs individuels, associations, médias spécialisés.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Du 24 au 26 mars 2017

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 réalisé 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 pour les marchés allemand et belge ;
 - Lorraine Tourisme pour le marché néerlandais.

Marché ALLEMAND

15	MARCHE ALLEMAND CMT Stuttgart	ADT
-----------	--	------------

Partenaires associés :

Membres du collectif répondant favorablement à la sollicitation.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 15 000 € TTC.

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Mise en place d'une représentation « Massif des Vosges » sur un stand géré par Atout France Allemagne qui fédère les exposants français sur le plus important salon grand public en Allemagne, situé en Bade-Wurtemberg.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Cette action s'inscrit dans la continuité des opérations engagées depuis le début du contrat de destination et en adéquation avec les préconisations de la stratégie marketing du massif des Vosges.

Une présence au CMT Stuttgart permettra de :

- mieux faire connaître la diversité de l'offre du massif des Vosges et de maintenir la relation avec un public connaissant la destination « Massif des Vosges » ;
- conquérir une nouvelle clientèle active.

Indicateur(s) de performance(s) :

Mise en place d'un comptage pour estimation du nombre de visiteurs fréquentant les stands « Massif des Vosges ».

Cible visée :

Clientèle de proximité disposant d'un pouvoir d'achat important fréquentant le massif des Vosges en tant qu'excursionnistes, mais également en formule courts, moyens et longs séjours.

Calendrier et échéancier de réalisation

2016 – Automne : Circularisation auprès des partenaires.

2016 – Décembre : Inscription au salon.

14–28 janvier 2017 : Participation au salon.

16	MARCHE ALLEMAND Campagne multimédia et opérations associées	ADT
-----------	--	------------

Partenaires associés :

L'ensemble des membres du collectif sont sollicités pour contribution et Atout France.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 20 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

3 actions sont préconisées :

- parution d'un publi-rédactionnel « Massif des Vosges » dans un magazine allemand spécialisé dans tourisme actif au printemps (12 pages prév.) ;
- opération online avec la mise en place d'un teaser sur la page d'accueil du magazine retenu qui renvoie vers le site du massif des Vosges ;
- création d'un booklet en langue allemande sur la base du publi-rédactionnel (12 pages + 4 prév./ tirage de 5 000 ex) pour diffusion lors de salons, opérations diverses et mise à disposition des membres du collectif ;
- participation au salon TourNatur 2017 à Düsseldorf dans un espace dédié à la randonnée pédestre.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Cette série d'actions est en adéquation avec les préconisations de la stratégie marketing du Massif des Vosges et la certification du sentier de randonnée GR53 GR5 annoncée pour le printemps 2017.

Les objectifs sont :

- renforcer la notoriété générale touristique des territoires concernés auprès du grand public et des professionnels du tourisme, en capitalisant sur les thématiques été et hiver ;
- accroître les flux touristiques et retombées économiques sur les territoires concernés, en générant des voyages et en incitant la programmation vers la destination « Massif des Vosges » ;
- mettre en avant l'offre touristique et la diversité de la destination de façon générale ;
- générer du trafic vers le site du massif des Vosges.

Indicateur(s) de performance(s) :

- mise en place d'un comptage pour estimation du nombre de visiteurs fréquentant le stand « Massif des Vosges » du salon TourNatur ;
- observation du flux sur le site internet du massif des Vosges lié aux teasers.

Cible visée :

Une clientèle CSP +, active et particulièrement intéressée par la randonnée qui dispose d'un potentiel économique pour le voyage.

Calendrier et échéancier de réalisation :

2016 – Décembre : Confirmation des opérations
 2017 – Janvier / Juin : Mise en œuvre des actions
 2017 – Juin : Début des opérations
 2017 – Octobre / Novembre : Fin des opérations

Marché BELGE

17	Workshop presse	ADT
Partenaires associés : Les CDT et CRT du massif des Vosges – Atout France Belgique.		
Cofinancement prévisionnel de l'opération : 3 120 € TTC (budget 2015).		
Objectifs poursuivis et effets attendus : <ul style="list-style-type: none">- 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 : <p>Participation de 10 journalistes (quotidiens, hebdomadaires, mensuels, blogueurs), 4 personnes massif des Vosges, 2 personnes Atout France (16 pax en tout).</p> <p>Lieu à Bruxelles à déterminer.</p> <p>Déroulement : 11h45-14h00 11h45 : accueil et apéritif 12h00 : présentation 12h30 : lunch 3 services 14h00 : fin</p> <p>Budget (€ HT) – Estimation sur base du lunch hiver 2014 :</p> <ul style="list-style-type: none">- 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 2017.		

Marché NEERLANDAIS

18	MARCHE NEERLANDAIS Salon des vacances d'Utrecht	Lorraine Tourisme
-----------	--	------------------------------------

Partenaires associés :

Membres du collectif répondant favorablement à la sollicitation.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 6 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Mise en place d'une représentation « Massif des Vosges » sur un stand géré par Atout France Allemagne qui fédère les exposants français sur le plus important salon grand public aux Pays-Bas.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés)

Cette action s'inscrit dans la continuité des opérations engagées depuis le début du contrat de destination et en adéquation avec les préconisations de la stratégie marketing du massif des Vosges.

Une présence au Vakantiebeurs Utrecht permettra de :

- mieux faire connaître la diversité de l'offre du massif des Vosges et de maintenir la relation avec un public connaissant la destination « Massif des Vosges » ;
- conquérir une nouvelle clientèle active.

Indicateur(s) de performance(s) :

Mise en place d'un comptage pour estimation du nombre de brochures diffusées auprès des visiteurs.

Cible visée :

Clientèle internationale fréquentant le massif des Vosges en formule courts, moyens et longs séjours.

Calendrier et échéancier de réalisation :

2016 – automne : Circularisation auprès des partenaires

2016 – décembre : Inscription au salon

11-15 janvier 2017 : Participation au salon

Volet C : Intégration territoriale du tourisme

Plusieurs actions peuvent être envisagées à ce titre :

- 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 prestations 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).

Rappel des actions

Volet C : intégration territoriale du tourisme			
6	Cluster tourisme et sports de pleine nature	ADT	3 000 €
14	Fête de la Montagne	PNRBV/CROSA	0 €
Sous total C			3 000 €

7	Adhésion Cluster tourisme de pleine nature	ADT
----------	---	------------

Partenaires associés :

Le collectif « Massif des Vosges », Atout France et les autres adhérents du cluster.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 3 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Dans la continuité de 2015 et 2016 (année où le massif des Vosges a intégré le bureau du cluster), l'adhésion permet de mutualiser des actions de promotion sur les marchés étrangers. En 2017, les actions suivantes sont proposées :

- sur le marché allemand, accueil de 4 blogueurs dans la destination en amont du Tour de France (dont le grand départ est situé à Düsseldorf), chacun pratiquant une activité précise (randonnée pédestre, vélo, tourisme fluvial, etc...) ;
- sur le marché belge, réalisation d'un quizz ludique ouvert à chaque partenaire valorisant les destinations et filières du cluster (l'internaute découvre en 3 clics le type de vacances de pleine nature correspondant à ses goûts) ;
- sur le marché canadien, 3 destinations pourraient accueillir des blogueurs par groupe de 2 (anglophone et francophone) pour un défi sur des activités nature.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Identifier le massif des Vosges comme destination « Nature » et valoriser les produits liés à la randonnée pédestre, au cyclotourisme, au tourisme fluvial et aux autres activités de pleine nature en mutualisant les actions et les coûts correspondants dans le cadre d'un réseau national.

Indicateur(s) de performance(s) :

Bilan centralisé des opérations par Atout France (nombre de participants aux jeux, nombre de visites sur les sites des blogueurs pour chaque destination).

Cible visée :

Influenceurs et internautes amateurs d'activités de pleine nature.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2017.

14	Fête de la Montagne Edition 2017	Chef de projet
-----------	---	---------------------------

Partenaires associés :

Partenaires du contrat de destination, collectivités locales, territoires de projets, socio-professionnels du massif des Vosges.

Cofinancement prévisionnel de l'opération :

Pas de budget. Pour information.

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 encadrer 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 ;
- être 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.

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 5^{ème} édition se déroulera les 24 et 25 juin 2017. Il sera cependant possible de mener des actions durant toute la semaine du 19 au 25 juin 2017, en particulier des séjours ou des actions à destination des scolaires.

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.

L'action portera sur des actions de communications spécifiques :

- à l'échelon national, à l'initiative de la Coordination montagne avec une mise en avant du massif des Vosges et des événement du territoire ;
- à l'échelon du Grand Est et du massif d'actions de communication spécifiques (dossier de presse) sur les réseaux sociaux des partenaires, avec les médias locaux.

Les points forts du programme 2017 :

Au delà des multiples initiatives à l'échelle du territoire du massif, 6 événements seront plus particulièrement mis en avant :

- 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 seconde édition de la **Nuit des Refuges**, à l'initiative conjointe de l'UNAT Lorraine et l'AJA. Une dizaine de refuges sera concernée ;
- le déroulement de l'**Alsacienne cyclo sportive** le dimanche 25 juin ;
- **les 120 ans du GR5** ;
- la programmation d'une **avant 1^{ère} du film « La Grande traversée du massif des Vosges »** ;
- **la reconduite de l'opération « La montagne en marche, un OT, une marche »** : samedi 24 juin au matin, le public sera 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 vosgiens, et représentants de la FFRP. Marche possible à vélo, en VTT, à cheval.

Indicateur(s) de performance(s) :

Nombre de participants sur les manifestations.

Cible visée :

- tous publics, public connaissant peu ou pas la montagne ;
- la famille, la « Tribu ».

Calendrier et échéancier de réalisation :

Réalisation de l'opération : 24 & 25 juin 2017.

A noter : Le commissariat du massif des Vosges pourrait soutenir cette manifestation à hauteur de 15 000 € hors contrat de destination 2017.

Volet D : Observation d'évaluation

Le dontrat 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 et évaluation			
19	Publication chiffres clés n°2	PNRBV	Enveloppe CP
20	Actualisation et évaluation de la stratégie touristique		30 000 €
Sous total			30 000 €

19	Publication des chiffres clés du tourisme sur l'emploi et les retombées économiques	Chef de projet PNRBV
-----------	--	-----------------------------

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 :

Enveloppe du chef de projet du contrat de destination.

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Objectifs poursuivis

- valorisation de l'observatoire et des données mises à disposition ;
- mise à disposition des données auprès des partenaires.

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 d'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 au 1^{er} trimestre 2017.

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

La publication des chiffres clés consacrés à l'emploi et aux retombées économiques sera l'aboutissement d'un chantier engagé en 2015 et 2016 avec notamment :

- la réalisation de l'étude CésAAr consacrée à l'analyse du poids économique des filières ;
- 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 l'investissement touristique et 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 jours.
- un travail de mise à jour et de consolidation de données générales sur les fréquentations collectées par le chef de projet.

Cible visée :

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

Calendrier et échéancier de réalisation :

1^{er} semestre 2017.

20	Evaluation et actualisation de la stratégie touristique du massif des Vosges	PNRBV Chef de projet
-----------	---	---------------------------------

Partenaires associés :

Les partenaires du contrat de destination « Massif des Vosges »

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 30 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

L'action se déroulera en trois temps :

1. réalisation d'un cahier des charges. Elle sera confiée à Atout France, dans le cadre de la convention d'assistance à la maîtrise d'ouvrage de la mission du chef de projet ;
2. lancement d'un appel d'offre ;
3. réalisation de la mission.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Evaluation

- déterminer les forces et les faiblesses des actions menées ;
- mesurer l'adéquation entre les actions menées et les objectifs du Contrat de Destination ;
- définir des indicateurs de performances des actions menées et à venir ;
- émettre des recommandations pour l'amélioration future ;
- prendre des décisions et se réorienter ;
- définir les bases de l'actualisation de la stratégie touristique.

Actualisation

Préparer l'après contrat de destination 2014/2018 : définir de nouvelles orientations et le cadre de la gouvernance de la stratégie.

Indicateur(s) de performance(s)

Réalisation de la mission.

Cible visée :

Les partenaires du contrat de destination.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Février 2017 : Rédaction du cahier des charges

Mars 2017 : Lancement de l'appel d'offre

Mai à Décembre 2017 : Réalisation de la mission

Animation du Contrat de Destination

21	Poste de Webmaster	ADT
-----------	---------------------------	------------

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 : 50 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Reconduction de la mission de webmaster/chef de projet multimédia pour :

- le développement et le suivi du site Internet « Massif des Vosges » avec l'agence prestataire ainsi que l'animation du comité technique web ;
- l'animation du site (rédaction de contenus, mise à jour des informations, animation du réseau des contributeurs rédactionnels, développements et suivis statistiques, etc...) ;
- la conception et la mise en œuvre d'une politique de référencement naturel ;
- la coordination des initiatives et des commandes en matière de développement (traduction, campagne de communication webmarketing, promotion et mise en visibilité, etc...) ;
- l'animation des réseaux sociaux (ex : Facebook, Instagram, Flickr, YouTube).

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Développer et augmenter la visibilité de l'offre de la destination sur les outils numériques et intensifier le travail collaboratif avec les partenaires touristiques.

Indicateur(s) de performance(s) :

Nombre de réunions organisées et d'articles mis en ligne.

Site internet : Nombre de pages vues, durée de visite, taux de rebond.

Réseaux sociaux : Interactivité Massif des Vosges (nombre de fans, nombre de postes, nombre de vues photos et vidéos).

Newsletter : Nombre d'abonnés newsletters.

Cible visée :

Internautes/touristes français et étrangers avec comme cibles prioritaires les pays suivants : Allemagne, Pays-Bas, Belgique ;

Partenaires du contrat de destination et prestataires locaux.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Année 2017.

22	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 2017 du chef de projet :

Gouvernance/communication

- animation du groupe de travail des Référents Techniques Opérationnels (RTO) du contrat de destination (1 réunion mensuelle) ;
- coordination et préparation du programme d'actions 2018 ;
- animation territoriale : mise en place d'un réseau de prescripteurs en mesure de relayer la stratégie touristique. Priorité 2017 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 ;
- organisation de 2 rencontres annuelles (avril et à l'automne) ;
- gestion de l'espace pro (rédaction et diffusion des contenus) ;
- réalisation du bilan d'activités du contrat de destination 2014/2015/2016.

Stratégie de marque

- mise en œuvre de la stratégie événementielle : 17 événements couverts sur 2017 ;
- création et diffusion des kits de communication à destination des OT ;
- lancement de la démarche d'ambassadeur massif des Vosges.

Observatoire

- animation de la commission « Observatoire & Evaluation » ;
- pilotage technique de la mission d'évaluation et d'actualisation de la stratégie touristique ;
- mise à jour des données de l'offre et la fréquentation, 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 maîtresse pour le développement économique du massif des Vosges. Sur la base de ce constat, le comité de massif des Vosges et l'ensemble des acteurs touristiques du massif ont collectivement 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 1^{er} mars 2012, par un chef de projet, représentant 1 ETP supplémentaire.

Ce chef de projet a pour mission (cf fiche de poste 2015)

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 œuvre 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 :*
 - 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) ;
 - mise en œuvre d'actions fédératrices s'appuyant notamment sur un réseau d'ambassadeurs du massif ;
 - animation de la marque « Massif des Vosges » ;
- *sur le volet qualification de l'offre :*
 - coordination de l'animation des 5 filières de développement touristique (stations-vallées, sites de visite, itinérance, bien-être et éco-tourisme) ;
 - 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 ;
 - élaboration de stratégies sur des thématiques émergentes (nordique, sports de nature, tourisme industriel...) et coordination des acteurs concernés ;
- *sur le volet marketing et communication :*
 - coordination des actions du plan marketing et communication ;
 - 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 :*
 - 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 ;
- la réalisation d'opérations spécifiques, assurées dans le cadre de la mission en lien avec le programme d'actions 2017 du contrat de destination « Massif des Vosges », soit :
 - l'animation de la marque « Massif des Vosges » (fiche action n° 1 – estimation de 21 300 €) ;
 - la publication des chiffres clés n°2 (fiche action n° 19 - estimation de 7 000 €) ;
 - l'évaluation et l'actualisation de la stratégie touristique (fiche action n° 20 – estimation de 30 000 €) ;
 - la réalisation du bilan 2014/2015/2016 du contrat de destination.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Du 01 mars 2017 au 31 mars 2018

23

Mission d'animation de la marque « Massif des Vosges »

A définir

Partenaires associés :

Les partenaires du contrat de destination, les OT et socio professionnels de la destination.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 25 000 € TTC

Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)

- Prestation extérieure de service
- Dépenses de personnel
- Dépenses de matériel
- Frais de missions (hébergement, restauration)

Descriptif de l'action :

Contexte

Au fil des années et à la faveur de la stratégie marketing de 2016, le massif des Vosges est passé d'un territoire de destination à une marque de destination. Une marque dont l'enjeu maintenant est de lui donner du contenu et faire en sorte que ces contenus soient diffusés auprès des acteurs du territoire, sur leurs propres médias afin que ceux-ci deviennent des performeurs de la marque. Cette dynamique collective à engager nécessite d'avoir un « VRP » de la marque « Massif des Vosges ».

Création d'un chef de marque

A ce jour, l'animation de la marque est en partie confiée au chef de projet. Afin de pouvoir la mener à bien telle que définie par la stratégie marketing, la création d'un poste de chef de marque à temps plein serait nécessaire.

Le chef de marque aurait pour missions :

- concevoir et mettre en œuvre la stratégie de développement et de déploiement de la marque « Massif des Vosges » ;
- animer de manière très opérationnelle la marque « Massif des Vosges » auprès des partenaires publics et privés en encourageant son partage et en aidant les acteurs du tourisme à adopter des modèles d'usage de la marque « Massif des Vosges » ;
- assurer une veille concurrentielle et analyser les tendances, les pratiques et traduire celles-ci en produits, en communication, en expériences ;
- être le garant des usages et de la cohérence de la marque auprès des partenaires touristiques ;
- mettre en œuvre et déployer une communauté d'ambassadeur de la marque ;
- mettre en œuvre la stratégie événementielle.

La gouvernance de la mission et le périmètre de la mission restent encore à définir.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

- développer et améliorer la visibilité et la notoriété de la marque « Massif des Vosges » ;
- développer un esprit de communauté, un sentiment d'appartenance et de fierté « Massif des Vosges » ;
- développer et faire vivre une communauté d'ambassadeurs de la marque.

Indicateur(s) de performance(s)

Nombre de socio-professionnels prescripteurs de la marque.

Cible visée :

- les partenaires du contrat de destination,
- les socio-professionnels de la destination.

Calendrier et échéancier de réalisation :

2^{ème} semestre 2017 (sous réserve de la décision du CIPP).

24	Mission d'animation de la filière Massif des Vosges en famille	CD 88
-----------	---	--------------

Partenaires associés :

Partenaires du contrat de destination et les 10 stations engagées dans la démarche (Champ du Feu, Lac Blanc, La Bresse, Gérardmer, Schnepfenried, Markstein, Ventron, Bussang, Rouge Gazon, Ballon d'Alsace).

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 30 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

La filière « Massif des Vosges en famille » est l'une des filières phares du contrat de destination du massif. Elle a pour objectif de concourir à la construction d'une offre touristique qualitative en faveur des familles, et d'en assurer la promotion auprès des marchés cibles.

Cible visée :

Marchés visés dans le cadre du contrat de destination.

Descriptif de l'action :

Un agent du conseil départemental sera chargé d'animer la filière « Massif des Vosges » en famille pour une durée de 18 mois.

La quotité de travail affectée à cette mission est un mi-temps.

Cet agent aura pour missions :

- d'assurer le suivi administratif et financier de la filière ;
- d'animer le réseau des référentes aux côtés du bureau d'études ;
- d'assurer le suivi du travail du bureau d'études et des projets réalisés avec les stations ;
- d'animer les actions relatives à la promotion et à la communication de la filière, en lien avec les stations.

Calendrier et échéancier de réalisation :

Années 2017 et 2018.

ANNEXE 2 : maquette financière

Projets	Porteur	Coût financement public	Plan de financement													COUT TOTAL		
			TTC	FEDER	FNADT	Région Grand Est		CR Franche- Comté	CD 67	CD 68	CD 88	CD 57	CD 54	CD 90	CD 70		Autre (DGE)	Auto
						Lorraine	Alsace											
Actions portées par le PNRBV		170 000	84 500 €	32 500 €	48 000 €		5 000 €										170 000 €	
Animation du Contrat de Destination et Evaluation/actualisation de la stratégie touristique	PNRBV	155 000 €	77 500 €	32 500 €	40 000 €		5 000 €											
Filière écotourisme		15 000 €	7 000 €		8 000 €													
Actions portées par l'ADT		333 000	161 500 €	58 210 €	24 000 €		10 750 €	18 250 €	24 540 €				7 470 €	8 280 €	20 000 €	83 250 €	416 250 €	
<i>Webmaster (1 temps plein)</i>	Alsace Destination Tourisme	50 000 €																
<i>Site internet - Hébergement, mise à jour, développement, traduction</i>		30 000 €																
<i>Webmarketing multimarché</i>		50 000 €																
<i>Campagne image multimarchés</i>		75 000 €																
<i>Itinérance - Labellisation GRS label européen</i>		45 000 €																
<i>Itinérance - Salon du randonneur - LYON</i>		45 000 €																
<i>Adhésion - Cluster tourisme et sports de plein nature</i>		3 000 €																
		15 000 €																
<i>lemagne - Campagne thématique Wandermagazine</i>		17 000 €																
<i>Allemagne - Salon Tournatur - Dusseldorf</i>		1 800 €																
<i>Allemagne- Campagne online Wandermagasin</i>	1 200 €																	
Actions portées par le CD 88		76 000 €	31 665 €	19 415 €	12 250 €											16 670 €	80 000 €	
MDV en famille - Programme d'actions /station	CD 88	76 000 €																
Actions portées par Lorraine Tourisme		86 000 €	43 000 €	14 210 €					10 000 €	9 910 €	8 880 €					21 500 €	107 500 €	
Agence de presse nationale		35 000 €																
Partenariat magazine "Montagnes des Vosges"		15 000 €																
Editions - Rééditions		30 000 €																
Pays-Bas - Salon des Vacances UTRECHT		6 000 €																
Mission d'animation		55 000 €	27 500 €	27 500 €												7 200 €	62 200 €	
Mission d'animation marque (1 ETP mi 2017)- validation CIPP	A définir	25 000 €																
mission animation MDV en famille	CD 88	30 000 €	14 400 €	14 400 €												7 200 €		
		720 000	348 165	151 835	84 250		15 750	18 250	24 540	10 000	9 910	8 880	7 470	8 280	20 000	128 620	835 950	
			350 000	150 000	84 250		15 750	18 250	24 540	22 670	9 910	8 880	7 470	8 280				
			48%	21%	12%		2%	3%	3%	1%	1%	1%	1%	1%	3%			
		720 000 €	350 000 €	150 000 €	84 250 €		15 750 €	18 250 €	24 540 €	22 670 €	9 910 €	8 880 €	7 470 €	8 280 €	20 000			

Auto : valorisation de 20 % d'autofinancement du coût total des projets par maîtres d'ouvrage, à l'exception du Parc naturel régional des Ballons des Vosges. CD 88 : 16 670 = 12 670 € de contribution du CD88 + 4000 € d'autofinancement.