

Contrat de destination annuel 2018 Massif des Vosges

Octobre 2017



CONTRAT DE DESTINATION ANNUEL « MASSIF DES VOSGES » 2018

ENTRE :

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

ET

La région Grand Est,
représentée par M. le 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 Mme Brigitte KLINKERT, présidente 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 2018 en réunions ;**
 - **du Comité technique du contrat de destination du 14 septembre 2017 ;**
 - **du Comité interrégional de pilotage et de programmation du jeudi 26 octobre 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 rassemblent 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 2018, 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 2018.

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 2018

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 2018 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 2018 et engagements financiers

Le coût total du programme d'actions 2018 s'élève à **782 625 €**. Le besoin de financement de ce programme, hors fonds FEDER « Massif des Vosges », s'élève à **347 550 €**.

Les partenaires financiers du présent contrat s'engagent à contribuer au financement des actions inscrites au présent contrat à hauteur de **347 550 €** (*dont 30 000 € d'autofinancement supplémentaire 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) : **297 550 €** ;
- Autofinancement et fonds privés : **137 525 €**.

Soit le tableau récapitulatif ci-dessous :

FEDER	297 550 €
Sous total A	297 550 €
Etat	149 800 €
Autre dont DGE	0 €
Conseil régional Grand Est	83 980 €
Conseil régional de Bourgogne Franche-Comté	15 750 €
Conseil départemental du Bas-Rhin	18 250 €
Conseil départemental du Haut-Rhin	24 300 €
Conseil départemental des Vosges	21 875 €
Conseil départemental de la Moselle	9 400 €
Conseil départemental de Meurthe-et-Moselle	8 825 €
Conseil départemental du Territoire de Belfort	7 470 €
Conseil départemental de la Haute-Saône	7 900 €
Sous total B	347 550 €
Autofinancement	137 525 €
TOTAL	782 625 €

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 co-financeurs sollicités selon les procédures propres à chaque partenaire financeur.

Article 6 : Modifications du contrat

Les modifications qui s'avéreraient 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 2018

A - Par volets

	Actions	Maitre d'ouvrage *	Coût financement public
Volet A : Structuration et qualification de l'offre			
	Filière itinérance	ADT	40 000 €
4	Etude clientèle GR5		
5	Actions de développement		30 000 €
7	Filière « Massif des Vosges » en famille : étude nordique	CD 88	60 000 €
Sous total A			130 000 €

Volet B : Marketing, promotion et communication			
1	Animation de la marque	PNRBV	Enveloppe CP
2	Supports de marque		20 000 €
3	Partenariat magazine « Montagnes des Vosges »		20 000 €
Développement de l'écosystème digital			
8	Poste de webmaster	ADT	50 000 €
9	Développement web et réseaux sociaux		30 000 €
10	Plan médias global multi marchés	Lorraine tourisme	184 000 €
11	Relation presse		35 000 €
12	Salon du randonneur du 23 au 25 mars 2018 - LYON		45 000 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
14	CMT de Stuttgart du 13 au 21 janvier 2018.	ADT	8 600 €
	Salon Tournatur		2 100 €
	Campagne Wandermagazin		2 400 €
	Relation presse et campagne de communication		20 000 € <i>Plan médias</i>
Belgique			
15	Relation presse et campagne de communication	Lorraine Tourisme	20 000 € <i>Plan médias</i>
Pays-Bas			
16	Relation presse et campagne de communication	Lorraine Tourisme	20 000 € <i>Plan médias</i>
Sous total marchés étrangers			
Sous total B			397 100 €

Volet C : Intégration territoriale du tourisme			
6	Cluster tourisme de pleine nature bien-être	ADT	3 000 €
13	Fête de la montagne. 23 et 24 juin 2018	Coordination Montagne	20 000 €
Sous total C			23 000 €

Volet D : Observation et évaluation			
	Aucune action		
Sous total D			0 €

Volet : Animation du contrat de destination			
1	Animation du contrat de destination	PNRBV	125 000 €
Sous total			125 000 €
TOTAL GENERAL			675 100 €

* Maitrise d'ouvrage administrative et financière.

* CP : Chef de projet.

Tableau synthétique par volet

Volet	Montant	%
A : Structuration et qualification de l'offre	130 000 €	19 %
B : Marketing, promotion et communication	397 100 €	60 %
C : Intégration territoriale du tourisme	23 000 €	3 %
D : Observation et évaluation	0 €	0 %
Animation du contrat de destination	125 000 €	18 %
TOTAL	675 100 €	100 %

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

Parc naturel régional des Ballons des Vosges		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
1	Animation du contrat de destination	125 000 €
2	Supports de marque	20 000 €
3	Partenariat « Montagnes des Vosges magazine »	20 000 €
	Sous total	165 000 €

ADT		
N°	Actions	Cofinancement prévisionnel
8	Webmaster	50 000 €
9	Développement web	30 000 €
4	Étude clientèle itinérance	40 000 €
5	Développement itinérance	30 000 €
6	Cluster tourisme et sports de pleine nature	3 000 €
12	Salon du randonneur	45 000 €
	CMT de Stuttgart	8 600 €
14	Salon Tournatur	2 100 €
	Campagne Wandermagazin	2 400 €
	Sous total	211 100 €

CD 88		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
7	Étude nordique	60 000 €
	Sous total	60 000 €

Lorraine Tourisme		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
10 15 16	Plan médias global multi marchés	184 000 €
11	Relation presse	35 000 €
	Sous total	219 000 €

Autre		
	Actions	Cofinancement prévisionnel
13	Fête de la montagne	20 000 €
	Sous total	20 000 €

TOTAL	675 100 €
--------------	------------------

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 2018

	Actions	Maitre d'ouvrage *	Coût financement public
Volet A : Structuration et qualification de l'offre			
	Filière itinérance		
4	Étude clientèle GR5		40 000 €
5	Actions de développement	ADT	30 000 €
7	Filière « Massif des Vosges » en famille : Étude nordique	CD 88	60 000 €
Sous total A			130 000 €

4	Filière itinérance <i>Réalisation d'une étude clientèle</i>	ADT
----------	---	------------

Partenaires associés : Les membres de la filière itinérance.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 40 000 € 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 massif des Vosges est partenaire d'une étude menée par Atout France qui a pour but :

- d'identifier les grandes évolutions et tendances au sein de la clientèle française,
- de déterminer le potentiel de clientèles des principaux marchés étrangers,
- de comprendre les différentes pratiques et modes d'organisation des clientèles,
- d'évaluer l'attractivité et le positionnement de la destination France face à la concurrence.

Afin de répondre à ces objectifs, Atout France souhaite s'appuyer sur un ensemble de données quantitatives et qualitatives à partir d'une enquête on-line auprès d'un échantillon représentatif de la population sur les marchés France, Allemagne et Pays-Bas et d'une enquête qualitative par téléphone sur les mêmes marchés.

En parallèle un appel à manifestation d'intérêt du Commissariat à l'Aménagement du Massif des Vosges intitulé "offres d'hébergements et de services sur les chemins d'itinérance du Massif des Vosges" est lancé début 2018.

Il est proposé d'accompagner ces initiatives par une étude clientèle de terrain sur le même périmètre, à savoir la Traversée du Massif des Vosges par les GR®53 et GR®5. Cela permettra de connaître mieux la fréquentation de cet itinéraire emblématique du point de vue des hébergeurs et des randonneurs afin d'évaluer les retombées économiques et d'améliorer l'offre de service.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

Disposer de données qualitatives et quantitatives sur l'itinérance dans le massif des Vosges.

Indicateur(s) de performance(s) : Chiffres obtenus

Cible visée : Randonneurs itinérants le long de la traversée du massif des Vosges

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 2018.

5	Filière itinérance <i>Actions de développement</i>	ADT
----------	--	------------

Partenaires associés : Les membres du groupe de travail itinérance, dont la Fédération du Club vosgien, la FFRandonnée ainsi que la Fédération Européenne de la Randonnée Pédestre (FERP)

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 30 000 € TTC

<p>Nature des dépenses (FEDER) - griser la ou les case(s) correspondante(s)</p> <p><input type="checkbox"/> Prestation extérieure de service</p> <p><input type="checkbox"/> Dépenses de personnel</p> <p><input type="checkbox"/> Dépenses de matériel</p> <p><input type="checkbox"/> Frais de missions (hébergement, restauration)</p>
--

Descriptif de l'action :

Pour mémoire, voici les actions de 2017 dont la mise en œuvre est prolongée en 2018 :

- travail sur l'identité graphique et la création de supports de communication spécifiques à l'itinéraire (ex : plaquette, affiche, conception graphique des panneaux, cadeaux),
- installation de portiques et panneaux d'information à des points clés du sentier (début, étapes, fin), soutien à un événementiel pour officialiser la certification Leading Quality Trail,
- mise en place d'une plateforme numérique dédiée aux activités de pleine nature avec un partenaire leader en Europe.

Il s'agit d'accompagner ces actions et la filière itinérance en général avec des moyens supplémentaires pour :

- recourir à des ressources humaines complémentaires et ponctuelles pour mettre en œuvre l'ensemble des actions programmées (ex : stagiaire, apprenti(e), contrat à durée déterminée);
- assurer la visibilité de la Traversée du Massif des Vosges à pied au sein de différents réseaux (ex : adhésion aux Grands Itinéraires Pédestres français avec notamment la présence sur le salon Grand Bivouac à Albertville, Leading Quality Trail network et sa brochure),
- développer des outils innovants de valorisation des itinérances, par exemple par le biais de visualisations interactives en 3D sur tables tactiles, le lancement d'une application pour smartphone, la réalisation de photos et de vidéos 360°.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :
Reconnaissance de la traversée du massif des Vosges (GR53/GR5 Rectangle rouge) comme itinéraire d'excellence au niveau européen et promotion des différentes formes d'itinérances.

Indicateur(s) de performance(s) :
Nombre de 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 randonneur européen

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 2018.

7	Filière « Massif des Vosges en famille » <i>Réalisation d'une étude nordique</i>	CD88
----------	--	-------------

Partenaires associés :

Partenaires du contrat de destination et les 15 sites nordiques du Massif des Vosges (Gérardmer – La Bresse – Xonrupt-Longemer – Ventron – Bussang – La Schlucht – Saint Maurice sur Moselle – Le Lac Blanc – Le Champ du Feu – Donon/prayé – Les Bagenelles – Les 3 Fours – Markstein/Grand Ballon – Le Schnepfenried – Le Ballon d'Alsace/La Planche des Belles Filles).

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 30 000 € TTC

Cofinancement du CD 88 de 30 000 €

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 et effets attendus :

Cette étude aura pour but d'établir un diagnostic complet de 15 sites nordiques du massif des Vosges, de connaître les clientèles touristiques de cette filière afin de la structurer en proposant une stratégie sur le court terme de développement des activités nordiques. L'étude sera accompagnée de préconisations d'actions concrètes (positionnement, aménagements, politique tarifaire) pour chaque site ainsi que des propositions de gouvernance, de communication/marketing et de commercialisation à l'échelle du massif des Vosges.

L'objectif principal est de relancer la filière nordique sur le massif des Vosges afin de renforcer l'identité et la notoriété du territoire et générer des retombées socio-économiques et touristiques en moyenne montagne.

Cible visée :

Gestionnaires des sites nordiques/collectivités territoriales

Descriptif de l'action :

L'étude sera divisée en 3 volets :

- réalisation d'un diagnostic des sites nordiques (analyse de l'offre, analyse de la demande)
- analyse de 3 destinations comparables
- présentation de préconisations individuelles et collectives (aménagements, positionnement, gouvernance, communication/marketing, commercialisation)

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 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 2018

Volet B : Marketing, promotion et communication			
1	Animation de la marque	PNRBV	Enveloppe CP
2	Supports de marque		20 000 €
3	Partenariat magazine « Montagnes des Vosges »		20 000 €
Développement de l'écosystème digital			
8	Poste de webmaster	ADT	50 000 €
9	Développement web et réseaux sociaux		30 000 €
10	Plan médias global multi marchés	Lorraine tourisme	184 000 €
11	Relation presse		35 000 €
12	Salon du randonneur du 23 au 25 mars 2018 - LYON		45 000 €
Actions marchés étrangers			
Allemagne			
14	CMT de Stuttgart du 13 au 21 janvier 2018.	ADT	8 600 €
	Salon Tournatur		2 100 €
	Campagne Wandermagazin		2 400 €
	Relation presse et campagne de communication		20 000 € <i>Plan médias</i>
Belgique			
15	Relation presse et campagne de communication	Lorraine Tourisme	20 000 € <i>Plan médias</i>
Pays-Bas			
16	Relation presse et campagne de communication	Lorraine Tourisme	20 000 € <i>Plan médias</i>
Sous total marchés étrangers			
Sous total B			397 100 €

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 (voir fiche action animation 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, 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 ».

Les actions porteront notamment sur :

- 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 la stratégie événementielle consistant à promouvoir la destination et la marque « Massif des Vosges » à l'occasion de manifestations sportives et culturelles.
Calendrier à établir
- l'organisation de RDV de la marque.

Les actions seront assurées par le chef de projet dans le cadre de sa mission.

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

- nombre d'Offices du Tourisme signataires de la charte partenariale ;
- nombre de manifestations et événements culturels et sportifs.
- nombre de participants aux RDV de la marque
- nombre de blocs comptoir et autocollants distribués.
- nombre de professionnel et de partenaires mettant en avant la destination Massif des Vosges

Cible visée :

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

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 2018

Partenaires associés :

Partenaires du collectif

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 :

Depuis l'actualisation de sa stratégie marketing, la destination « Massif des Vosges » s'engage progressivement dans une stratégie de marque dont l'animation est aujourd'hui confiée au chef de projet.

L'action s'inscrit dans la continuité d'actions menées en 2017, visant à créer des supports de la marque « Massif des Vosges » :

- des collections de kakémonos.
- des bâches.
- des goodies.
- des posters et cartes postales.
- des marques page.

Les divers supports de la marque seront déployés à l'occasion de divers manifestations (congrès, manifestations sportives et culturelles, salons, etc...).

Les posters seront, notamment diffusés auprès des professionnels, comme les hébergeurs.

Objectifs poursuivis, effets attendus (objectifs chiffrés) :

- augmenter la lisibilité et la visibilité de la marque.
- identifier le contenu identitaire de la marque.

Indicateur(s) de performance(s) :

Nombre et type de supports créer

Cible visée :

- partenaires du contrat de destination.
- organisateurs d'événementiels sportifs et culturels.

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 2018

3	Partenariat magazine « Montagnes des Vosges »	PNRBV
----------	--	--------------

Partenaires associés :

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

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 :

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 et d'abonnements

Cible visée :

Professionnels, dont hébergeurs, habitants et touristes.

Calendrier et échéancier de réalisation :

- *décembre 2017/Janvier 2018* : mise en place du plan d'actions 2018 avec les partenaires et l'équipe du magazine « Montagnes des Vosges » ;
- *février à décembre 2018* : déroulement du plan d'actions.

8	Ecosystème digital 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 2018

9	Ecosystème digital 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 2018 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 2018

10	Plan médias multi marchés	Lorraine Tourisme
-----------	----------------------------------	------------------------------

Partenaires associés :

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

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 184 000 € 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 œuvre d'une campagne de communication multi-marché (marchés visés par le Contrat de destination « Massif des Vosges ») afin de promouvoir les grandes thématiques et filières touristiques du massif des Vosges et notamment l'itinérance, l'Écotourisme et les stations famille.

La campagne de communication couvrira également :

- des actions de communication et de promotion de la campagne image visant la réalisation de web vidéo,
- la fête de la montagne,
- des encarts publicitaires,
- des actions de communication sur les marchés étrangers (Allemagne, Belgique, 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.

Cette campagne vise à renforcer la communication touristique de la destination « Massif des Vosges » en mutualisant les moyens de communication gérés jusqu'alors par les différentes filières et responsables de marché. Un travail de co-construction de la campagne avec les partenaires du contrat de destination sera mené.

De la visibilité des supports de communication du massif des Vosges et notamment les supports digitaux est attendue.

Indicateur(s) de performance(s) :

Cible visée :

Grand public

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 2018

11	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 2017.

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 à l'élaboration d'une stratégie presse avec l'Agence AirPur, dans la continuité de l'action engagée depuis 2 ans.

Indicateurs de performance

- nombre d'articles parus,
- montant de l'équivalent publicitaire.

Calendrier et échéancier de réalisation : Année 2018.

12	Salon du Randonneur 23 au 25 mars 2018 - 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 2017 sur ce salon spécialisé. Le public étant très ciblé, les retours des participants exposants étaient très positifs d'où la proposition de reconduire cette opération.

Pour 2018, le salon se tiendra les 24, 25 et 26 mars au Centre de congrès de Lyon. L'espace « Massif des Vosges » pourrait avoir sensiblement la même surface qu'en 2017, soit 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 23 au 25 mars 2018

ACTIONS MARCHÉS ÉTRANGERS PROGRAMME ATOUT FRANCE ÉTRANGER

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.

14	ALLEMAGNE	ADT
-----------	------------------	------------

Partenaires associés :

Membres du collectif répondant favorablement à la sollicitation.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 13 100 € 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 massif des Vosges continuera à assurer des opérations de promotion sur le marché allemand à l'instar des années précédentes :

- **Salon CMT de Stuttgart** : mise en place d'une représentation « Massif des Vosges » sur un stand France géré par les organisateurs de la manifestation qui est le plus important salon grand public en Allemagne, situé en Bade-Wurtemberg.
- participation au **salon TourNatur 2018** à Düsseldorf dans un espace dédié à la randonnée pédestre.
- selon opportunités, participation à toute opération de promotion sur le marché allemand (ex : Freizeit Messe Nürnberg).

Ce programme d'actions sera complété d'une campagne de communication au même titre que les marchés belge et néerlandais (cf. fiche action n°10 - portage technique par ADT / maîtrise d'ouvrage financier par Lorraine Tourisme).

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

CMT

2017 – Automne : circularisation auprès des partenaires.

2017 – décembre : Inscription au salon.

13–21 janvier 2018 : participation au salon CMT.

15	BELGIQUE Campagne multimédia et opérations associées	ADT
-----------	---	------------

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du massif des Vosges – Atout France Belgique.

Cofinancement prévisionnel de l'opération : 20 000 € TTC

Objectifs poursuivis et effets attendus :

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.

Cette campagne vise à renforcer la communication touristique de la destination massif des Vosges en mutualisant les moyens de communication gérés jusqu'alors par les différentes filières et responsables de marché. Un travail de co-construction de la campagne avec les partenaires du contrat de destination sera mené.

De la visibilité des supports de communication du massif des Vosges et notamment les supports digitaux est attendu.

Il s'agit d'augmenter la lisibilité et la notoriété de la destination « Massif des Vosges ».

Cibles visées : Grand public

Descriptif de l'action :

- accueil et workshop presse.
- action de webmarketing (promotion sur les réseaux sociaux et site internet)
- publication et rédactionnel spécifique dans des magazines spécialisés (famille, nature et éco-tourisme, tourisme actif)

Calendrier et échéancier de réalisation : année 2018

16	MARCHÉ NÉERLANDAIS Campagne multimédia et opérations associées	Lorraine Tourisme
-----------	---	------------------------------

Partenaires associés :

Les CDT et CRT du massif des Vosges – Atout France Pays-Bas.

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 :

- accueil et workshop presse.
- action de webmarketing (promotion sur les réseaux sociaux et site internet)
- publication et rédactionnel spécifique dans des magazines spécialisés (famille, nature et éco-tourisme, tourisme actif)

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.

Cette campagne vise à renforcer la communication touristique de la destination « Massif des Vosges » en mutualisant les moyens de communication gérés jusqu'alors par les différentes filières et responsables de marché. Un travail de co-construction de la campagne avec les partenaires du contrat de destination sera mené.

De la visibilité des supports de communication du massif des Vosges et notamment les supports digitaux est attendu.

Il s'agit d'augmenter la lisibilité et la notoriété de la destination « Massif des Vosges ».

Indicateur(s) de performance(s) :

Cible visée : Grand public

Calendrier et échéancier de réalisation : année 2018

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 de pleine nature bien-être	ADT	3 000 €
12	Fête de la montagne	Coordination Montagne	20 000 €
Sous total C			23 000 €

6	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 2016 et 2017, l'adhésion permet de mutualiser des actions de promotion sur les marchés étrangers. En 2018, les actions suivantes sont proposées :

- sur le marché allemand, organisation de 2 voyages de blogueurs / instagramers qui parcourent plusieurs destinations, dont le massif des Vosges, avec un focus thématique lié à des activités sportives (randonnée pédestre, sports extrêmes, tourisme fluvial, tourisme à vélo), un démarchage est également envisagé lors du salon ITB Berlin ;
- sur le marché belge, suite à la réalisation du quizz ludique en 2017, la promotion en sera renforcée avec l'intégration d'un jeu concours et l'enrichissement des contenus ;
- sur le marché canadien, un partenariat avec des distributeurs d'équipements sportifs est envisagé pour promouvoir les destinations du cluster.

De plus, le massif des Vosges propose d'accueillir le séminaire annuel qui réunit une trentaine de participants sur 2 jours fin mai/début juin 2018.

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, 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 2018.

12	Fête de la Montagne 23 au 24 juin 2018	Coordination montagne et 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 : 20 000 € TTC

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 23 et 24 juin 2018. Il sera cependant possible de mener des actions durant toute la semaine du 18 au 24 juin 2018, 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, intégrées dans le plan médias global multi marchés (fiche action n° 10) :

- à l'échelon national, à l'initiative de la Coordination montagne avec une mise en avant du massif des Vosges et des événements 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, dans le cadre du plan média global.

Le budget de 20 000€ correspond à une contribution financière de partenaires du massif au fonctionnement de la Coordination montagne.

Indicateur(s) de performance(s) :

Nombre de participants sur les manifestations.

Cible visée :

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

Calendrier et échéancier de réalisation : Réalisation de l'opération : 23 & 24 juin 2018.

Volet D : Observation d'évaluation

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

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

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

1	Animation 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 2018 du chef de projet : en cours de définition.

Gouvernance/communication

- animation du groupe de travail des Référents Techniques Opérationnels (RTO) du contrat de destination (1 réunion mensuelle) ;
- coordination et suivi de l'actualisation de la stratégie touristique.
- préparation de l'après contrat de destination.
- animation territoriale : mise en place d'un réseau de prescripteurs en mesure de relayer la stratégie touristique.
- organisation des rencontres annuelles.

Stratégie de marque

- 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 la stratégie événementielle.

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 2018 du Contrat de destination « Massif des Vosges », soit l'animation de la marque « Massif des Vosges ».

Calendrier et échéancier de réalisation : du 01 mars 2018 au 31 mars 2019

ANNEXE 2 : Maquette financière

Annexe 2.1 : par volets du contrat de destination 2018

Annexe 2.2 : par maîtres d'ouvrage et répartie par co-financeurs

ANNEXE 3 : Présentation des actions par maîtres d'ouvrage