



MASSIF DES VOSGES

mille envies de découvertes

**Stratégie
touristique**
actualisée
**de la Destination
Massif des Vosges
2020 / 2022**



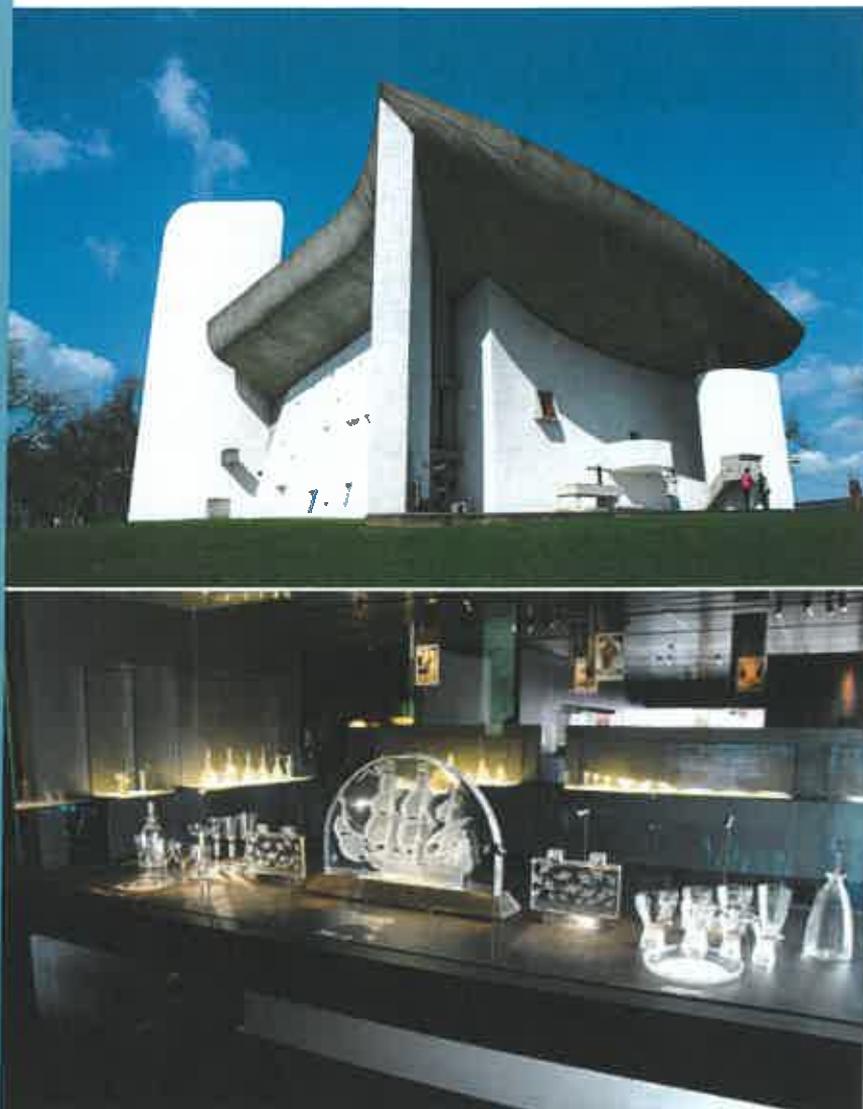
ATEMIA Une étude réalisée par ATEMIA, entreprise d'ingénierie touristique // www.atemia.org

LE CONTEXTE.

Le territoire de la destination Massif des Vosges couvre le périmètre du massif des Vosges en tant que massif montagneux, au titre de la loi Montagne de 1985, faisant l'objet d'une politique spécifique de développement et de protection. Le tourisme y joue un rôle de premier plan avec **14 millions de nuitées** nationales et internationales, **280 millions d'euros** de richesses générées et près de **10 000 emplois directs**.

La promotion de la montagne procède d'un long historique de **coopération** informelle datant des années 1980. Il s'est ensuite progressivement élargi à d'autres partenaires pour constituer un **Comité de promotion** collective qui a fonctionné jusqu'au **Contrat de Destination**. Ce dernier a été signé le 16 décembre 2014 avec pour ambition de structurer et consolider la destination Massif des Vosges et constitua une véritable **reconnaissance nationale de la destination**.

La promotion du massif bénéficie de la volonté remarquable, et ancienne, des acteurs du territoire – partenaires de la convention de massif, institutions touristiques, parcs naturels régionaux, socio-professionnels – de travailler en concertation et en cohérence.



Le contrat de destination a permis la réalisation de nombreuses actions, à destination des clientèles prioritaires et autour des filières techniques. **Le panorama**, édité fin 2017, résume ces actions pour la période 2014 - 2017. En lien avec plusieurs études complémentaires, il a permis d'identifier les enjeux à relever pour les années à venir, dans un esprit d'amélioration continue. Dans ce contexte, et afin d'anticiper l'échéance du contrat de destination, le comité interrégional de pilotage et de programmation (CIPP) a souhaité engager l'actualisation de la stratégie touristique, à travers la formulation de questions-clés :

Autour des grandes orientations :

- *Un positionnement plus lisible ?*
- *Des filières resserrées ?*
- *Des segments de clientèles redéfinis ?*
- *Faire évoluer la marque ?*

Autour de l'organisation et de la gouvernance

LA MÉTHODE.

Afin de répondre à ces grandes questions et de proposer un cap stratégique actualisé, une démarche participative collaborative a été mise en œuvre entre Mars 2018 et Mars 2019 avec :

4 COMITÉS TECHNIQUES

4 COMITÉS DE PILOTAGE (CIPP)

2 CYCLES D'ATELIERS

RÉUNISSANT PLUS DE »

2 ENQUÊTES NUMÉRIQUES TOTALISANT 109 RÉPONDANTS

150

PARTICIPANTS SUR

6 RÉUNIONS

20 RENCONTRES BILATÉRALES AVEC LES PRINCIPAUX PARTENAIRES

L'ensemble de ces temps de travail, basés sur l'écoute, a permis de co-construire une stratégie actualisée. Le projet final, partagé et coordonné, capitalise sur tout le travail déjà réalisé et ouvre de nouvelles perspectives de développement tout en recentrant les priorités sur quelques clientèles et filières clés.

LES CHOIX EFFECTUÉS.

En préambule, il est important de rappeler que cette stratégie actualisée s'inscrit dans un contexte où de nombreux autres opérateurs interviennent sur la sphère touristique. Elle n'aspire donc pas à l'exhaustivité mais bien à intervenir sur ce qui fait sens à l'échelle du Massif et en complémentarité des SRDT (Schémas Régionaux de Développement Touristique) et des stratégies des différents départements qui le compose.

Elle vise à développer les retombées économiques en agissant sur l'offre et sur la diversité et la complémentarité des territoires du massif. Cette stratégie touristique s'inscrit dans la recherche de cohérence et de synergie avec les axes prioritaires du schéma et de la convention de massif.

Les travaux ont été orientés autour des enjeux suivants, **vers une stratégie d'innovation et de performance touristique**

ENJEU #1 :

**AFFINER LE POSITIONNEMENT
ET EN FAIRE UNE RÉALITÉ
CONCRÈTE**

ENJEU #2 :

**REDÉFINIR LES CLIENTÈLES
PRIORITAIRES EN LIEN AVEC
LE POSITIONNEMENT**

ENJEU #3 :

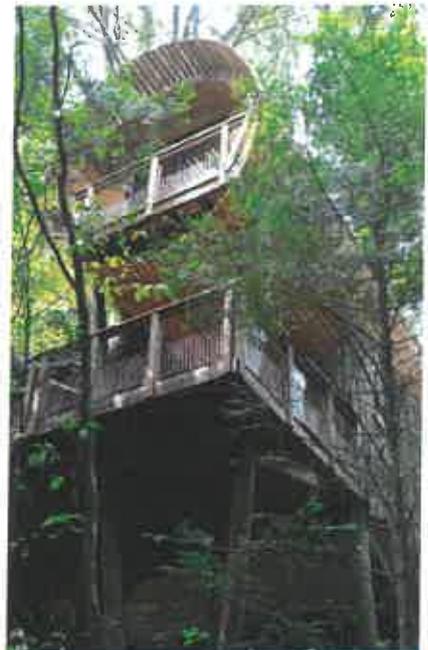
**RÉORGANISER LES FILIÈRES
POUR LES RENDRE PLUS
OPÉRATIONNELLES**

ENJEU #4 :

**REDÉPLOYER LES
MOYENS MARKETING**

ENJEU #5 :

**ADAPTER LE
« FAIRE ENSEMBLE »**



AU FINAL :

*repositionner l'outil
« Massif des Vosges »
là où il peut être le
plus utile aux acteurs
touristiques et en
faire un laboratoire
d'innovation
touristique au service
des territoires*

Des choix ont donc été opérés en ce sens pour aboutir à une stratégie actualisée et resserrée.



LA STRATÉGIE ACTUALISÉE EN UN CLIN D'ŒIL.

POSITIONNEMENT



NATURE



L'HOMME

“ Une montagne habitée, façonnée par la Nature et par l'Homme, riche d'un patrimoine exceptionnel, et à proximité immédiate de pôles urbains majeurs ”

Une Destination TOURISME DURABLE

FILIERES



ECO TOURISME / STATIONS VERTES



TOURISME DE DÉCOUVERTE



SPORTS D'HIVER, ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE ET ITINÉRANCES (SHAPNI)

CLIENTÈLES ET MARCHÉS



Famille Tribus



Urbains de proximité



Tourisme social et solidaire



Affinitaires Pleine Nature



France >>>>>

*Clientèle de proximité (Grand Est et Bourgogne France-Comté)
Hors proximité (Haut de France et Ile de France)*



Etrangères >>>>>

Allemagne, Belgique, Pays-Bas

LE PLAN D'ACTION.



AXE STRATÉGIQUE : CLIENTÈLES

>>>> Famille

- Action n°1 Conforter le déploiement et l'animation du référentiel Famille à l'échelle du Massif
- Action n°2 Déploiement du référentiel famille sur les nouveaux territoires
- Action n°3 Création et développement d'outils support du référentiel famille Massif des Vosges

>>>> Urbains de proximité

- Action n°4 Définition et partage d'un référentiel « urbains de proximité »
- Action n°5 Développer des produits individuels et groupe ciblés APN

>>>> Tourisme social & solidaire

- Action n°6 Développer l'offre de tourisme social et solidaire à destination des séniors et des scolaires

>>>> Affinitaires APN

- Action n°7 Recensement et cartographie des sites et pratiques susceptibles d'attirer des clientèles affinitaires

AXE STRATÉGIQUE : **FILIÈRES**

>>>> Ecotourisme

- Action n°8 Structuration et développement d'une offre éco-touristique
- Action n°9 Développer et animer le réseau des Stations Vertes
- Action n°10 Structuration et développement d'une offre forêt
- Action n°11 Accompagnement pour le développement de prestation de service autour de produits éco-touristique

>>>> SHAPNI

- Action n°12 Accompagner les stations d'hiver dans le développement et le confortement de nouvelles offres
- Action n°13 Structuration d'un réseau de Pôles de Sports de nature" à l'échelle du massif des Vosges
Accompagnement en ingénierie dans une logique de structuration
- Action n°14 Élaboration d'une stratégie « randonnées »
- Action n°15 Structuration et développement d'une offre vélo

>>>> TD

- Action n°16 Structuration d'une offre de tourisme de découverte. Recenser l'offre existante et créer un référentiel pour les sites du Tourisme de Découverte au sein de la Destination.
- Action n°17 Développer une offre de découverte autour du tourisme industriel
- Action n°18 Développer une offre de découverte autour de l'agrotourisme
- Action n°19 Recenser l'offre existante et créer un référentiel pour les sites du Tourisme de Découverte au sein de la Destination. Vocation site historique
- Voir action 10 Développer une offre de tourisme de découverte autour de la forêt
- Action n°20 Déployer un programme d'animations originales pour faire vivre les sites du tourisme de découverte

AXE STRATÉGIQUE : **MARKETING**

- Action n°21 Développement et déploiement de la marque Massif des Vosges
- Action n°22 Marketing et communication
- Action n°23 Développer les relations presse
- Action n°24 Développer l'écosystème web
- Action n°25 Promotion et édition

AXE STRATÉGIQUE : **ANIMATION**

- Action n°26 Mise en place d'un dispositif d'observatoire touristique de la destination
- Action n°27 Conforter l'animation transversale opérationnelle de la mise en œuvre du plan et l'animation des réseaux d'acteurs

COLLECTIF DE LA DESTINATION
Massif des vosges

Christophe Lerouge - Chef de projet
c.lerouge@massif-des-vosges.com
03 89 77 90 36 - 06 73 73 72 58

Parc naturel régional des Ballons des Vosges
Maison du Parc, 1 Cour de l'abbaye, 68140 MUNSTER

Commissariat à l'aménagement de massif des Vosges
8 Place Foch, 88000 EPINAL

 **ATEMIA** Une étude réalisée par ATEMIA, entreprise d'ingénierie touristique // www.atemia.org



MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes



www.massif-des-vosges.com
www.explore.massif-des-vosges.com