



*Liberté • Égalité • Fraternité*  
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MASSIF DES VOSGES



# Contrat de Destination Annuel 2014 Massif des Vosges



## CONTRAT DE DESTINATION « MASSIF DES VOSGES » 2014

### ENTRE :

L'Etat – représenté par Monsieur Nacer MEDDAH, préfet de la région Lorraine, préfet de la zone de défense et de sécurité Est, préfet de la Moselle, nommé par décret du Président de la République du 31 mai 2012, ci après dénommé par l'"Etat "

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

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

La Région Lorraine – représentée par Monsieur Jean-Pierre MASSERET, Président du Conseil Régional de Lorraine

Le Département du Bas-Rhin – représenté par Monsieur Guy-Dominique KENNEL, Président Conseil Général du Bas-Rhin

Le Département du Haut-Rhin – représenté par Monsieur Charles BUTTNER, Président du Conseil Général du Haut-Rhin

Le Département de Haute-Saône, représenté par Monsieur Yves KRATTINGER, Président du Conseil Général de Haute-Saône

Le Département de Meurthe & Moselle, représenté par Mathieu KLEIN, Président du Conseil Général de Meurthe & Moselle

Le Département de la Moselle, représenté par Monsieur Patrick WEITEN, Président du conseil Général de Moselle

Le Département du Territoire de Belfort – représenté par Monsieur Yves ACKERMANN, Président du Conseil Général du Territoire de Belfort

Le Département des Vosges – représenté par Monsieur Christian PONCELET, Président du Conseil Général des Vosges

Ci-après dénommés ensemble les « Partenaires Financeurs »

### VU :

- **Le Contrat-cadre de destination Massif des Vosges, lancé officiellement par la Ministre Sylvia PINEL le 24 février 2014 à Gérardmer et signé le .....**
- **La Convention interrégionale du Massif des Vosges 2007-2013, prolongé par avenant pour l'année 2014,**
- **La validation du programme d'actions 2014 en réunion du Comité Interrégional de Pilotage et de programmation le 3 juillet 2014,**

Il est convenu ce qui suit :

### PREAMBULE :

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.

Dès 2007, le Comité du Massif des Vosges, considérant le tourisme comme une carte maîtresse pour le développement économique du Massif des Vosges, avait engagé l'élaboration d'une stratégie touristique visant à organiser et à promouvoir de manière plus ambitieuse la destination « Massif des Vosges ».

La concrétisation de cette stratégie touristique a été rendue possible grâce au soutien de l'Etat et des collectivités partenaires de la convention interrégionale du Massif des Vosges. Après deux ans de cette mise en œuvre opérationnelle, l'élaboration d'un Contrat de Destination Massif des Vosges est apparue comme un levier efficace pour amplifier et apporter une reconnaissance nationale et internationale à la destination Massif des Vosges.

Le Contrat-cadre de Destination rassemble autour de ces objectifs communs :

- les partenaires financiers de la politique interrégionale du Massif des Vosges, à savoir l'Etat, les régions Alsace, Franche-Comté et Lorraine, les départements du Bas-Rhin, du Haut-Rhin, du Territoire de Belfort, de la Haute-Saône, des Vosges, de la Meurthe-et-Moselle et de la Moselle, les partenaires du Comité de promotion collective du Massif des Vosges, qui rassemble les structures de promotion touristiques régionales et départementales,
- 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'Initiatives d'Alsace, de Franche-Comté et de Lorraine,
- Atout France.

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 2014, 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 2014.**

### **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 2014.**

Pour la mise en œuvre des objectifs présentés, les Partenaires Signataires s'engagent à mobiliser et/ou mutualiser des moyens humains, techniques et financiers pendant 5 ans à compter de la date de

signature du Contrat Cadre de Destination afin d'optimiser leurs actions et de contribuer au développement économique de la destination.

Ceci suppose d'agir collectivement et de manière synchronisée. Ces moyens sont mobilisés au profit de quatre volets d'actions complémentaires et indissociables qui seront déployés simultanément.

- A : Volet structuration et qualification de l'offre
- B : Volet marketing, promotion et communication
- C : intégration territoriale du tourisme
- D : observation

Le programme d'actions 2014 est présenté en fiches actions organisées par volet du contrat de Destination (voir annexe 1).

#### Coordination du Contrat cadre de Destination

- o Fiche action 1 : animation du contrat de Destination

#### Volet A : structuration et qualification de l'offre

- o Fiche action 2 : Edition papier du topo guide GR5

#### Volet B : marketing, promotion et communication

- o Fiche action 3 : édition 2014 du S.I.T.V. (Salon international du Tourisme et des Voyages de Colmar).
- o Fiche action 4 : web stratégie
- o Fiche action 5 : Programme Atout France étranger (études + programme d'actions)

#### Volet C : intégration territoriale du tourisme

- o Fiche action 6 : Tour de France
- o Fiche action 7 : Fête nationale de la montagne
- o Fiche action 8 : Adhésion Réseau grand site de France

#### Volet D : observation

- o Fiche action 9 : Chiffres clés du tourisme : l'emploi et les retombées économiques

### **Article 3 – Durée**

Le présent Contrat de Destination annuel est convenu pour l'année 2014.

### **Article 4 – Pilotage**

#### **4.1 Comité de pilotage**

Un comité de pilotage, réunissant les Partenaires Financiers du présent Contrat annuel, est créé. Sa composition s'appuiera 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.

#### **4.2 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.

#### **4.3 Groupes de travaux opérationnels**

Des groupes de travaux opérationnels en lien avec les différents volets du présent Contrat Cadre, ou des commissions thématiques, en lien avec les 5 filières, sont mises 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.

#### **4.4 Coordination**

La coordination et l'animation du Contrat Cadre de Destination et de ses Contrats de Destination Annuels seront assurées par le Commissariat à l'aménagement, au développement et à la protection du Massif des Vosges.

### **Article 5 : coût du programme 2014 et engagements financiers**

Le coût total du programme d'actions 2014 s'élève à 740 844 €. Le besoin de financement de ce programme, hors fonds FEDER Massif des Vosges, s'élève à 342 990 €.

Les partenaires financeurs du présent contrat s'engagent à contribuer au financement des actions inscrites au présent contrat à hauteur de 342 990 € au total, dans le cadre de la convention interrégionale du massif des Vosges, conformément aux montants inscrits dans le tableau figurant en annexe 2, à savoir :

- Etat : 145 752 €
- Conseil régional de Lorraine : 45 825 €
- Conseil régional d'Alsace : 45 944 €
- Conseil régional de Franche-Comté : 15 933 €
- Conseil général du Bas-Rhin : 16 341 €
- Conseil général du Haut-Rhin : 21 974 €
- Conseil général des Vosges : 20 294 €
- Conseil général de Moselle : 8 878 €
- Conseil général de Meurthe-et-Moselle : 7 951 €
- Conseil général du Territoire de Belfort : 6 692 €
- Conseil général de Haute-Saône : 7 406 €

### **Article 6 : financement des actions**

Les actions inscrites au présent contrat font l'objet de demandes de subvention spécifiques de la part du ou des maîtres d'ouvrage identifiés à l'annexe 2, au fur et à mesure de leur déroulement dans l'année, et seront présentés en réunions du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation de la convention interrégionale du Massif des Vosges.

Elles sont instruites par chacun des cofinanceurs sollicités selon les procédures propres à chaque partenaire financeur.

### **Article 7 : 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 8 : 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 - Fiches-actions du contrat de destination annuel 2014

### Animation du Contrat de Destination

#### **FICHE ACTION 1** **Mission du chef de projet du Contrat de destination**

**Maître d'ouvrage**

Parc naturel régional des Ballons des Vosges

**Plan de financement prévisionnel**

Coût de l'opération : 125 000 €

<b>RECETTES</b>		<b>DEPENSES prévisionnelles</b>		
	Montant €		Montant €	Montant éligible €
<b>FEDER</b>	<b>62500</b>	<b>Chef de projet</b>	<b>85 000</b>	
Etat FNADT massif – régions (50%)	27 500	Mi temps secrétariat	16 000	
Etat autre source :		Frais de gestion , matériel	7 000	
Région Lorraine	15 000	Voiture / carburant	6 000	
		Téléphone	1 000	
Région Alsace	15 000	Communication, représentation, documentation	10 000	
		Dont convention INSEE 5 000 €		
Région Franche-Comté	5 000			
Département(s)				
Autre financement public				
<b>Total financements publics</b>				
<b>Fonds privés - Emprunts</b>				
<b>Autofinancement</b>				
<b>TOTAL</b>				
	<b>125 000</b>	<b>TOTAL</b>	<b>125 000</b>	

**Objectifs**

Coordination et animation du Contrat de Destination

**Echéancier de réalisation**

01 mars 2014 – 28 février 2015

**Descriptif 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 définie 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 du comité de promotion a été confiée à un acteur touristique institutionnel du massif, qui apporte des moyens humains et financiers.

La coordination de ces 5 filières, du comité de promotion et la cohérence des actions des différentes filières sont assurées depuis le 01 mars 2012, par un chef de projet, représentant 1 ETP supplémentaire. Ce chef de projet a pour mission :

- De mettre en place la stratégie touristique du Massif des Vosges et son plan d'action à travers la coordination du développement de 5 filières, le développement de produits et la mise en œuvre d'une stratégie marketing dédiée, notamment via le web.

### **La volonté d'intensifier et d'accélérer le déploiement de la stratégie via la concrétisation d'un Contrat de Destination**

Les Partenaires Signataires, pleinement conscients de la nécessité d'oeuvrer conjointement pour structurer et consolider la destination Massif des Vosges, en accroître sa visibilité tant au plan national que sur les marchés internationaux et d'accroître la qualité de l'accueil sur ce vaste territoire afin de répondre aux exigences qualitatives des clientèles touristiques, ont décidé de renforcer leur coopération via la mise en œuvre d'un Contrat de Destination.

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.

Sous l'autorité des partenaires financiers du Contrat de Destination « Massif des Vosges », le chef de projet est responsable de l'avancement du projet de manière coordonnée et cohérente et garant des équilibres.

Le coût de la mission du chef de projet a vocation à être inclus dans l'enveloppe globale annuelle du contrat cadre de destination.

Au delà de la coordination générale du Contrat de destination, le chef de projet assure également :

- l'animation de la filière nordique et la coordination de l'organisation de la fête du nordique Massif des Vosges
- l'animation du dispositif d'observation et d'évaluation du Contrat de destination (volet D)

La présente action porte sur la reconduction pour une période d'un an (1<sup>er</sup> avril 2014-31 mars 2015) :

- de la mission du chef de projet à temps complet,
- d'une mission de secrétariat à mi-temps.

Outre le coût de l'animation, l'enveloppe financière de la mission du chef de projet permet également de couvrir

- des actions de communication/publication menées dans le cadre du dispositif d'observation et d'évaluation. Pour 2014 : l'étude INSEE dans le cadre du travail d'analyse de l'emploi et des retombées économiques pour un coût total de 5000 € TTC.
- des frais de missions/restauration dans le cadre de réunions des groupes de travail opérationnels du Contrat de Destination,
- les journées d'expertise Atout France dans le cadre de la convention d'assistance technique conclue en juillet 2012 entre Atout France et le Parc naturel régional des ballons des Vosges.
- la création d'une plateforme collaborative entre partenaires des actions du Contrat de destinations.

## Volet A : structuration et qualification de l'offre

Ce volet permettra :

- un accompagnement individuel et une mise en réseau des acteurs territoriaux, des professionnels, des filières et des porteurs de projet d'investissement visant à optimiser les bonnes pratiques en matière de qualification de l'offre d'activités, d'équipements ou de service,
- le renforcement des démarches de qualification et de labellisation en cohérence avec les différents dispositifs de qualité et marques existantes (Qualité Tourisme, Rando accueil, Tourisme et Handicap...),
- de stimuler l'innovation.

Ce volet visera à consolider les 5 filières stratégiques : Stations-vallée et nordique, Sites de visite, Bien-être, Itinérance et Eco-tourisme.

De façon particulière, la **Grande Crête des Vosges** possède des potentialités et des richesses en lien avec les 5 filières touristiques. Le Contrat de Destination s'attachera donc à faire émerger une offre emblématique transversale spécifique sur la Grande Crête, afin de l'ériger en vitrine d'excellence touristique et environnementale du Massif des Vosges.

Ce volet portera sur la mise en relation des acteurs économiques du tourisme afin de constituer des offres packagées, à travers :

- le maintien et le développement de la capacité d'accueil de l'hébergement marchand ;
- la valorisation des événementiels ayant lieu sur le massif des Vosges pendant les 5 prochaines années, et plus particulièrement le Tour de France,
- la mise en valeur des sites et espaces touristiques et de pratiques d'activités de loisirs.

Le Contrat de Destination devra faciliter la commercialisation des offres, leur mutualisation à travers des produits packagés à une échelle territoriale pertinente et leur lisibilité à l'échelle de la destination.



## FICHE ACTION 2

### Réalisation d'un topo guide de randonnée de promotion de l'itinéraire GR5/ rectangle rouge

#### Maître d'ouvrage

Fédération Française de Randonnée Pédestre en partenariat avec la Fédération du Club vosgien

#### Plan de financement prévisionnel

Coût prévisionnel : 47 776 TTC

RECETTES		DEPENSES prévisionnelles		
	Montant €		Montant €	Montant éligible €
FEDER		Mission Club Vosgien	11 000	
Etat FNADT massif – régions (50%)	12 860	Mission FFRandonnée	11 000	
Etat autre source :		Fabrication du topo guide	21 776	
Région Lorraine	7 200	Promotion de l'ouvrage	4 000	
Région Alsace	7 200			
Région Franche-Comté	2 740			
Département(s)				
Autre financement public				
Total financements publics				
Fonds privés - Emprunts				
Autofinancement				
TOTAL				
	<b>47 776</b>	<b>TOTAL</b>	<b>47 776</b>	

#### Descriptif de l'action

L'objectif principal de ce projet est la valorisation de l'itinéraire « rectangle rouge – GR®5/53 » via la refonte complète du Topo-guide® « Crête des Vosges » (réf. 502), ouvrage de référence en matière de randonnée dans les régions Alsace, Lorraine et Franche-Comté.

Outil indispensable des randonneurs itinérants, ce dernier permettra d'assurer la liaison entre Lauterbourg et Belfort en suivant le tracé de cet itinéraire devenu mythique.

Traversant les Parcs naturels régionaux des Vosges du Nord et des Ballons des Vosges, cet ouvrage invitera chaque randonneur à découvrir des paysages et du patrimoine très variés : sommets panoramiques, châteaux forts en ruines, rochers pittoresques, tourbières, lacs, forêts abondantes

riches en essences chaumes étendues, ainsi qu'une faune et une flore très présentes.

Ce projet sera suivi de travaux complémentaires dans le cadre d'une stratégie globale de communication sur l'itinérance dans le Massif des Vosges.

A ce titre, la valorisation numérique de l'itinéraire par le biais de contenus enrichis et mis à jour régulièrement, sera étudiée par un groupe de travail constitué de la FFRandonnée, du Club Vosgien et des partenaires territoriaux.

Plus globalement, le topo guide assure :

- la valorisation de manière touristique et culturelle des territoires, générant des flux touristiques et des retombées économiques dans les régions concernées. En effet, les collections de Topo-guides® ont été testées dans le cadre d'études consommateurs et -en tant qu'outil pratique sur le terrain- ces ouvrages contribuent à la promotion des sites touristiques, hébergements, restaurants et commerces proposés et situés à proximité des sentiers;
- le développement et la promotion de la Randonnée pédestre.

De plus, le Topo-guide® assure un lien indispensable à trois niveaux :

- A l'échelle de l'Europe, le GR®5 est support de l'itinéraire nommé « E2 » partant de Galway en Irlande, pour rejoindre Nice en traversant sept pays (Irlande, Royaume-uni, Belgique, Luxembourg, Pays-Bas, Suisse, France).
- A l'échelle nationale, cet itinéraire traverse trois massifs montagneux importants de la partie Est de la France (Vosges, Jura, Alpes).
- A l'échelle inter-régionale, il traverse l'Alsace, la Lorraine et la Franche-Comté du nord au sud. C'est aux portes du Doubs, à proximité de Montbéliard qu'il s'associe à la Grande Traversée du Jura pour parcourir le massif du même nom.

Né d'un partenariat entre la FFRandonnée et le Club Vosgien, ce projet de coédition a pour objectif de refondre le Topo-guide® intitulé « Crête des Vosges » par l'union des compétences et des moyens de ces deux fédérations.

### **Caractéristiques techniques du topo guide**

Format :13,5 X 21 cm

Tirage: 7000 ex .

Pagination: 200 pages

Valorisant la traversée du Massif des Vosges, cet ouvrage s'appuie sur l'itinéraire rectangle rouge – GR®5/53, créé par le Club Vosgien en 1897, puis successivement homologué pour partie GR®5 en 1947 et GR®53 en 1950.

Depuis 1981, date de la première édition, ce Topo-guide® « Crête des Vosges » est considéré comme l'ouvrage de référence en matière de randonnée dans ce Massif. En effet, portant à la connaissance du randonneur les richesses patrimoniales et environnementales du Massif, cet ouvrage mytique de la Grande Randonnée reste l'outil indispensable et le souvenir d'un voyage inoubliable.

Toutes les éditions, et la dernière en date de 2008, ont été épuisées.

### **Type de produits touristiques**

Produit randonnée pédestre court, moyens et long séjour

Support papier

### **Clientèles et marchés concernés**

Marché cible : marché national

Marchés étrangers : un partenariat avec des éditeurs locaux est envisagé, plutôt qu'une traduction du topo guide.

### **Diffusion**

La diffusion se fera sur plusieurs réseaux de distribution :

- 34% - 1er Niveau : grandes librairies (FNAC, ...)
- 30% - Grossistes : diffusion auprès des très petits points de vente (Carthothèque, cap diffusion, ...)
- 13% - Grands Comptes (Nature & découverte, IGN, Vieux Campeur)
- 8% - 2ème Niveau : librairies de plus petit calibre (Maison de la Presse, ...)

- 7% - Hypers (Leclerc, Carrefour, Auchan, Casino, Cora,...)
- 5% - Export
- 3% - Divers

D'autre part, elle permet une couverture nationale répartie le plus souvent comme suit :

- 65 % sur zone et départements limitrophes,
- 35 % sur le reste du territoire.

**Echéancier de réalisation**

Impression à l'automne 2014.

Commercialisation 1<sup>er</sup> trimestre 2015

## **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 s'adressant plus particulièrement aux acteurs économiques afin de les accompagner dans leur positionnement et leur stratégie de communication

## **FICHE ACTION 3**

### **Salon International du Tourisme et des Voyages S.I.T.V**

#### **Maître d'ouvrage**

ADT 68

#### **Plan de financement prévisionnel**

Coût prévisionnel : 119 469 TTC

Tableau de financement : voir tableau récapitulatif des actions 3, 4 et 5 page 19.

#### **Descriptif de l'action**

Le salon International du Tourisme et des Voyages (SITV) est une vitrine commerciale et médiatique pour l'ensemble des exposants et prestataires présents : 31 135 visiteurs ont découvert ce salon en 2013, ce qui le place parmi les plus importants en France. La fréquentation de proximité dont bénéficie le SITV dépasse le simple cadre de l'Alsace et touche également de manière significative la clientèle suisse et allemande particulièrement sensible aux destinations « nature ».

Conscient du succès de l'espace Massif des Vosges notifié lors des éditions 2012 et 2013, et puisque le salon est en totale cohérence avec les filières de la stratégie touristique, avec les marchés européens de proximité visés par le contrat de Destination, le comité technique de ce dernier, a confirmé sa volonté de renouveler cette opération pour l'édition 2014.

Les acteurs du Massif ont ainsi acté la reconduction de l'opération Massif des Vosges au SITV 2014, sur la base de l'expérience 2013, avec notamment :

- un espace d'exposition représentant une surface totale de plus de 300 m2 mis à disposition des exposants du territoire en lien avec les thématiques prioritaires du Contrat de Destination (éco-tourisme, sports de nature, thermalisme, destinations hivernales, bien-être, tourisme de mémoire)
- Une surface d'animation en lien avec les sports d'hiver animée par la station du Lac Blanc, avec une mise en scène sur 110 m2 d'un combiné de ski de fond / tir à la carabine laser.

La mise en lumière de l'ensemble de l'espace sera assurée au moyen d'une scénographie forte et différenciée du reste du salon :

- espace totalement paysager,
- allées courbes,
- utilisation de cloisons et mobilier en bois,
- visuels grand format,
- logo du Massif des Vosges en fil conducteur.

Quelques compléments de prestations sont également prévus pour l'édition 2014 :

- la réservation d'un écran grand format qui permettra la diffusion des vidéos « Massif des Vosges », réalisées dans le cadre du programme de promotion touristique 2012/2014,
- une mise en valeur végétale accentuée et améliorée,
- des visuels hauts plus imposants, qui permettront d'améliorer l'attractivité de l'espace, par l'installation d'une ou de deux structures hautes élinguées au plafond.

Cet espace sera entièrement habillé « Massif des Vosges », tant au niveau de la scénographie de l'ensemble de l'espace qu'à la décoration propre de chaque module d'exposants. L'image du Massif des Vosges ainsi véhiculée auprès du public sera lisible, cohérente, commune et partagée par tous.

La documentation Massif des Vosges y sera distribuée : les éditions du comité de promotion, ainsi que la future carte dépliant mettront à la fois l'accent sur le site internet [www.massif-des-vosges.com](http://www.massif-des-vosges.com), mais aussi sur toutes les thématiques relatives à la stratégie.

Cet événement sera également préparé au niveau de la communication par l'achat d'espace média, écrit, web et radio, dont la zone de diffusion sera élargie à l'Alsace, la Franche-Comté et la Lorraine.

Un focus sera également fait sur la page Facebook Massif des Vosges en cours de préparation, qui pourrait être le support à un jeu-concours avant salon. Les lots seraient apportés par les partenaires touristiques.

#### **Clientèles et marchés concernés**

Marchés de proximité nationaux : Alsace, Lorraine et Franche-Comté.  
Marchés internationaux de proximité : Allemagne et Suisse alémanique.

#### **Echéancier de réalisation**

Du 07 au 09 novembre 2014.

## FICHE ACTION 4

### Web stratégie

#### Maître d'ouvrage

Financier : ADT 68

Technique : ADT 67

#### Plan de financement prévisionnel

Coût prévisionnel : 71 500 TTC

Tableau de financement : voir tableau récapitulatif des actions 3, 4 et 5 page 19.

Les actions 3, 4 et 5 étant portées par l'ADT 68, elles ont fait l'objet d'un plan de financement unique pour les 3 actions.

#### Descriptif de l'action

Le site internet actuel, initié en 2009 par les partenaires du Comité de Promotion du Massif des Vosges a été mis en ligne en juillet 2012 sur la base d'une commande dont l'élaboration a démarré courant 2008. Le cahier des charges initial du site était basé sur la volonté d'intégrer une « place de marché » destinée à favoriser la commercialisation de produits touristiques. Le travail de préparation et d'accompagnement pour la mise en place de cette « place de marché » avait été confié à l'agence ICAR avec un rendu effectué en mai 2009. L'audition des agences consultées a été organisée en juillet 2009. Le projet de « place de marché » initialement prévu n'a finalement pas été mise en oeuvre, le choix d'utiliser OpenSystem représentant un investissement trop lourd pour les CDT financièrement et en temps de travail.

Afin d'alimenter le site, le contenu s'appuie en grande partie sur les données touristiques des 3 S.I.T., les L.E.I (Alsace, Franche-Comté) et S.I.T.L.O.R (Lorraine) avec un processus d'harmonisation des bases. Actuellement, le site est disponible en langue française. Des versions allemandes et anglaises sont prévues sous la forme de mini-sites. Afin de renforcer l'animation et la direction autour du site, il a été décidé courant 2013 de créer un poste dédié de webmaster « Chargé de mission Multimédia », basé au sein de l'ADT 67.

Au demeurant, la durée de vie d'un site internet est habituellement estimée à 3 ans. La commande relative à l'élaboration du site ayant été passée courant 2009 peut être considérée comme lointaine, même si le site n'a été mis en ligne qu'en 2012.

Au vu des constats précédents, le site ne correspond plus aux attentes des professionnels et des internautes. Considérant la longueur de la procédure de mise en place, les éléments stratégiques qui ont été intégrés en cours de route sans visibilité transversale, le changement de cibles et d'objectifs, le manque de visibilité saisonnière, etc., il est proposé de travailler dès à présent à un nouveau projet de site Internet profitant des moyens disponibles au Contrat de Destination et en adéquation avec les attentes actuelles des internautes.

Pour ce faire, la stratégie numérique du Massif des Vosges, devra prendre en compte sur les 5 prochaines années :

- Les objectifs fixés dans le Contrat de Destination,
- L'ensemble des aspects liés à Internet en intégrant les trois temps du cycle du voyageur :
  - o « **Internet de préparation** », c'est-à-dire la démarche visant à promouvoir le Massif des Vosges comme destination touristique pour séduire le touriste lors de sa recherche d'informations et au moment de son choix de séjour ;
  - o « **Internet de séjour** », c'est-à-dire tous les services proposés aux touristes pour

- organiser et faciliter leurs vacances sur leur lieu de villégiature ;
- « **Internet de retour** », c'est-à-dire les outils proposés aux touristes pour évaluer la qualité du séjour vécu et capitaliser ensuite sur l'expérience et la recommandation de la destination.

La stratégie web étant portée techniquement par l'Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin avec l'embauche d'un webmaster « Chargé de mission Multimédia » dédié au site [www.massif-des-vosges.com](http://www.massif-des-vosges.com) et aux actions périphériques, la mise en oeuvre technique des actions web sera réalisée par l'ADT 67 avec une facturation à l'ADT 68 – gestionnaire financier des actions de promotion du Contrat de Destination.

Le budget prévisionnel porte sur un montant de 71 500 cumulant :

- l'hébergement et le développement du site sur l'année 2014,
- un mini site néerlandais.

#### **Clientèles et marchés concernés**

Clientèle nationale

Clientèle internationale : allemande, néerlandaise

#### **Echéancier de réalisation**

Fin 2014.



# FICHE ACTION 5

## Programme Atout France étranger

### Réalisation de 3 études de marchés

#### Maître d'ouvrage

ADT 68

#### Plan de financement prévisionnel

Coût prévisionnel : 62 004 TTC

Tableau de financement : voir tableau récapitulatif des actions 3, 4 et 5 page 19.

Les actions 3, 4 et 5 étant portées par l'ADT 68, elles ont fait l'objet d'un plan de financement unique pour les 3 actions.

#### Descriptif de l'action

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**.

Les marchés de proximité ont été interrogés dès le mois de janvier et, in fine, **trois marchés ont été retenus** de concert : les Pays-Bas, la Belgique (parties wallonne et flamande) et l'Allemagne (Länder du sud et du sud-ouest).

Dans le cadre d'une démarche marketing appropriée, la Direction Marketing de Atout France a proposé que soit conduite, préalablement à toute suggestion de plan d'actions, **une phase d'études**, deux filières principales étant retenues, parmi les 5 jugées prioritaires pour le Massif : la randonnée – pédestre et cyclotourisme – et le tourisme de bien-être.

L'objectif de cette démarche est de connaître la notoriété et la connaissance du Massif des Vosges, au-delà de chacun des territoires qui le constituent et qui jouissent de leur propre notoriété sur les marchés retenus.

**Cette phase d'étude spécifique** n'est pas superfétatoire mais complémentaire. Elle est **indispensable** avant toute démarche opérationnelle.

#### TROIS PHASES PROPOSEES

##### 1- Une étude de notoriété du Massif des Vosges sur chacun des marchés (externalisée)

Cette étude a pour objectif de connaître le **degré de notoriété** de la destination Massif des Vosges largo sensu –en dehors de ses composantes territoriales - et la **connaissance des produits** de la part des populations de chacun des marchés.

**Cette analyse servira de fondement indispensable à toute réflexion opérationnelle ultérieure.**

Atout France, utilisant un cadre référentiel que le GIE a mis en place pour ce type d'analyse, a établi un questionnaire (19 questions).

Le questionnaire, accompagné d'une note sur le Massif des Vosges, a été adressé à chacun des 3 bureaux de Atout France, afin qu'ils puissent solliciter localement des cabinets d'études spécialisés dans ce type de démarche (équivalents de la SOFRES ou de l'IFOP), avec lesquels ils travaillent régulièrement – ce qui est un gage de budget maîtrisé et de qualité quant au rendu, grâce à un suivi in situ.

Les 3 cabinets proposés sont les suivants :

- Cabinet FACIT pour l'Allemagne
- Cabinet NBTC/NIPO pour les Pays-Bas
- Cabinet WES pour la Belgique.

Deux mois sont nécessaires pour cette phase.

## **2- Une étude de positionnement sur chacun des marchés (réalisée en interne par chaque bureau de Atout France.)**

En complément, une étude de positionnement, afin de **connaître le taux de pénétration de la marque « Massif des Vosges »**, sera conduite par chacun des marchés, comprenant :

- Une étude de la programmation de la destination par les professionnels du tourisme ;
- Une étude du référencement de la destination dans les guides et supports touristiques ;
- Une analyse du positionnement sur Internet, avec un rapport de réputation de la marque (partie d'analyse externalisée) ;
- Un cliping de la presse (articles parus sur les marchés).

Un mois sera nécessaire pour cette phase

Ces études de notoriété et de positionnement permettront de mettre en valeur les items sur lesquels devront porter la communication et les axes d'un plan d'action efficient.

## **3- Une analyse des clientèles selon les produits retenus (randonnée, cyclotourisme, bien-être – réalisée en interne par chaque bureau de Atout France.)**

Le 3ème volet, compte-tenu des résultats des études de notoriété et de positionnement, sera l'analyse **l'adéquation des offres aux attentes des consommateurs des marchés**, avec une **analyse Swot** de la destination (forces ; faiblesses ; opportunités ; menaces)

Cette phase se fondera notamment sur les études existantes sur chacun des marchés avec un focus spécifique quant au Massif des Vosges.

### **Clientèles et marchés concernés**

Marchés allemand, Belge, luxembourgeois, Suisse et hollandais.

### **Echéancier de réalisation**

Automne 2014.

### **Programme d'actions automne/hiver 2014/2015.**

L'ensemble de ces études, compilé et mis en forme par Atout France, servira 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.

**Ce programme d'actions automne/hiver 2014 est financièrement estimé à 157 996 €. Son plan de financement s'établit comme suit. La gouvernance financière sera assurée par l'ADT 68.**

<b>RECETTES</b>		<b>DEPENSES prévisionnelles</b>		
	<b>Montant €</b>		<b>Montant €</b>	<b>Montant éligible €</b>
<b>FEDER</b>	<b>78 998</b>			
<b>Etat FNADT massif – régions (50%)</b>	<b>33 856</b>			
<b>Etat autre source :</b>				
<b>Région Lorraine</b>				
<b>Région Alsace</b>				
<b>Région Franche-Comté</b>				
<b>Département(s)</b>				
<b>CG 67</b>	<b>8 238</b>			
<b>CG 68</b>	<b>11 078</b>			
<b>CG 88</b>	<b>10 234</b>			
<b>CG 57</b>	<b>4 474</b>			
<b>CG 54</b>	<b>4 009</b>			
<b>CG 90</b>	<b>3 372</b>			
<b>CG 70</b>	<b>3 738</b>			
<b>Autre financement public</b>				
<b>Total financements publics</b>				
<b>Fonds privés - Emprunts</b>				
<b>Autofinancement</b>				
<b>TOTAL</b>	<b>157 996 €</b>	<b>TOTAL</b>		

**Plan de financement global des actions 3, 4 et 5.**

<b>RECETTES</b>		<b>DEPENSES prévisionnelles</b>		
	<b>Montant €</b>		<b>Montant €</b>	<b>Montant éligible €</b>
<b>FEDER</b>	<b>126 487</b>			
<b>Etat FNADT massif – régions (50%)</b>	<b>54 209</b>			
<b>Etat autre source :</b>				
<b>Région Lorraine</b>	<b>15 464</b>			
<b>Région Alsace</b>	<b>14 983</b>			
<b>Région Franche-Comté</b>	<b>5 692</b>			
<b>Département(s)</b>				
<b>CG 67</b>	<b>6 595</b>			
<b>CG 68</b>	<b>8 869</b>			
<b>CG 88</b>	<b>8 193</b>			
<b>CG 57</b>	<b>3 581</b>			
<b>CG 54</b>	<b>3 209</b>			
<b>CG 90</b>	<b>2 700</b>			
<b>CG 70</b>	<b>2 992</b>			
<b>Autre financement public</b>				
<b>Total financements publics</b>				
<b>Fonds privés - Emprunts</b>				
<b>Autofinancement</b>				
<b>TOTAL</b>	<b>252 973</b>	<b>TOTAL</b>		

**Volet C : Intégration territoriale du tourisme**

Plusieurs actions sont envisagées :

- La mise en œuvre d'une charte d'accueil
- la mise en œuvre d'une « Communauté des Accueillants » prête à se mobiliser pour renforcer notamment la qualité de la chaîne globale d'information, les gestes d'accueil ou la pratique des langues étrangères.
- le développement de prestation de services adaptés, particulièrement en terme de transport (navettes, sites de covoiturage mobilisant habitants et clients, information des transporteurs)
- la valorisation des savoir-faire traditionnels du massif, à travers la mobilisation d'industriels, d'artisans et d'agriculteurs (Club d'entreprises).

Des actions de sensibilisation et de pédagogie, notamment envers les jeunes et les scolaires, relative à l'histoire de France à travers l'histoire du Massif des Vosges, en s'appuyant prioritairement sur les démarches nationales portant sur le tourisme de mémoire

# FICHE ACTION 7

## Tour de France 2014

**Maître d'ouvrage**  
ADT 68

**Plan de financement prévisionnel**  
Coût prévisionnel : 62 100 TTC

RECETTES		DEPENSES prévisionnelles		
	Montant €		Montant €	Montant éligible €
<b>FEDER</b>				
Etat FNADT massif –	26 614			
Etat autre source :				
<b>Région Lorraine</b>	<b>7 592</b>	<b>Opération presse</b>		
		<i>Presse régionale</i>	<b>14 400</b>	
<b>Région Alsace</b>	<b>7 356</b>	<i>Presse nationale</i>	<b>6 000</b>	
		<i>Dossier de presse</i>	<b>3 600</b>	
<b>Région Franche-Comté</b>	<b>2 795</b>	<i>Tribune massif</i>	<b>2 280</b>	
<b>Départements</b>		<i>goodies</i>	<b>25 020</b>	
67	3 238			
68	4 354	<b>Communication</b>		
88	4 022	<i>graphisme</i>	<b>1 200</b>	
57	1 758	<i>Document de promo</i>	<b>9 600</b>	
54	1 576			
90	1 325			
70	1 469			
<b>Autre financement public</b>				
<b>Total financements publics</b>				
<b>Fonds privés - Emprunts</b>				
<b>Autofinancement</b>				
<b>TOTAL</b>				
	<b>62 100</b>	<b>TOTAL</b>	<b>62 100</b>	

### Objectifs

Valorisation d'un événementiel international sportif de renom pour promouvoir le Massif des Vosges.  
Constitution et promotion d'offre thématique packagée autour du vélo/VTT

### Type de produits touristiques

Produits packagés (nuitée, restauration, activités vélo/VTT)

### Clientèles et marchés concernés

Marché cible : marché national – Grand quart Nord Est de la France -

### Diffusion

- TV nationale et internationale
- Web - page dédiée sur le site massif des Vosges
- Presse régionale (440 000 lecteurs)
- Presse nationale (280 000 lecteurs)
- Dossier de presse

## Echéancier de réalisation

Juillet 2014

### Descriptif de l'action

Du samedi 5 juillet au dimanche 27 juillet 2014, le 101<sup>e</sup> Tour de France comprendra 21 étapes pour une distance de 3 656 kilomètres.

Trois étapes du Tour de France sillonneront directement le Massif des Vosges, et notamment la Meurthe-et-Moselle, les Vosges, le Haut-Rhin et la Haute-Saône:

- ✓ La huitième étape, le samedi 12 juillet 2014 de Tomblaine à Gérardmer-La Mauselaine (161 km),
- ✓ La neuvième étape, le dimanche 13 juillet 2014 de Gérardmer à Mulhouse (166 km),
- ✓ La dixième étape, le lundi 14 juillet 2014 de Mulhouse à La Planche des Belles Filles (161 km).

Par ailleurs, 11 des 23 cols que compte le parcours du Tour de France 2014 sont dans le Massif des Vosges.

Cet évènement sportif, de rayonnement international, donnera un éclairage médiatique particulier au Massif des Vosges.

Ces trois parcours feront apparaître à plus d'un titre de réelles opportunités de valorisation touristique du Massif des Vosges, des départements de la Meurthe-et-Moselle, des Vosges, du Haut-Rhin et de la Haute-Saône: richesses touristiques départementales, communes traversées et notamment Gérardmer et Mulhouse, villes étapes du Tour, d'arrivée et de départ, cols et grande crête du Massif des Vosges, sites de mémoire majeurs, etc.

Plusieurs actions de promotion et de communication ont été retenues par le Comité de Promotion touristique collective du Massif des Vosges. Ce programme d'action autour du Tour de France sera mis en œuvre sous maîtrise d'ouvrage de l'Agence de Développement Touristique – Haute-Alsace Tourisme, sur la base des trois axes suivants :

- ✓ Opérations Presse : coût total de 26 280 TTC
  - Presse régionale (14 400 €)
  - Presse nationale (6000 €)
  - Communiqué de presse (3 600 €)
  - Tribune presse et invités Massif (2 280 €)
- ✓ Création et distribution de goodies : 25 020
- ✓ Communication : coût total de 10 800 TTC
  - Graphisme des annonces presse
  - Création d'un document promotionnel
  - Création d'une rubrique Tour de France sur le site internet [www.massif-des-vosges.com](http://www.massif-des-vosges.com)

## FICHE ACTION 8

### Fête nationale de la montagne

#### Maître d'ouvrage

Intitulé : Coordination Montagne

Nature : Association

#### Plan de financement prévisionnel

Coût prévisionnel : 268 000 TTC

RECETTES		DEPENSES			
	Montant €	Montant éligible		Montant € TTC	Montant éligible € TTC
Etat FNADT massif (1.87%)	5 000	5 000	Salaires et charges	40 825	0
Etat autre source (26.12%) : DATAR autres massifs	50 000	16 407,30	Déplacements	10 000	0
Région Lorraine	5 000	1 640,73	Fonctionnement	8 970	0
Région Alsace (1.87%)	5 000	1 640,73	Communication Impression	3 590	3 590
Région Franche-Comté (3.73%)	4 000	1 312,58	Médias	1 500	1 500
Régions des différents massifs	25 000	8 203,66	Prestataires	29 115	29 115
Département(s) (8.58%) Bas Rhin Haut Rhin Vosges Autres départements					
Autre financement public (sous forme de prêts)					
UE – FEDER axe E					
UE - autre source (à préciser) :					
Total financements publics					
Service civique					
Fonds privés (33.58%)					
Autofinancement					
<b>TOTAL</b>	<b>94 000</b>	<b>34 205</b>	<b>TOTAL</b>	<b>94 000</b>	<b>34 205</b>



## **Descriptif de l'opération :**

La Fête de la Montagne est un événement national initié par la Coordination Montagne. Elle est destinée à valoriser la montagne et notamment les activités de pleine nature.

En pratique, la Fête de la Montagne se présente comme une multitude d'événements sportifs ou culturels partout en France, en montagne ou ailleurs. La Fête de la Montagne, le dernier week-end de juin, est l'occasion pour tous de (re)découvrir la montagne et pratiquer des activités de plein air.

Comme l'année dernière, cette seconde édition se déroulera le dernier week-end de juin, soit les 28 et 29 juin 2014. Il sera cependant possible de mener des actions durant toute la semaine du 23 au 29 juin 2014, en particulier des séjours ou des actions à destination des scolaires.

L'ambition est d'arriver, d'ici quelques années, à ce que le dernier week-end de juin soit l'événement montagne incontournable et ancré dans l'inconscient collectif comme "le week-end où il faut aller en montagne". La multiplication des manifestations proposées attirera un nombre grandissant de participants dans les villes, villages, stations ou chaque acteur économique ou associatif sera impliqué dans cette Fête de la Montagne... Dans les massifs bien sûr mais également sur les autres territoires avec des événements autour du thème "montagne". L'enjeu est à la fois symbolique -redorer le blason de la montagne estivale et ses activités-, mais surtout économique. En effet, la Fête de la Montagne se veut une porte d'entrée pour venir en montagne. Ainsi, les personnes qui auront été attirées en montagne par le biais de la Fête, et qui auront pu y découvrir de nouvelles activités à leur mesure, auront envie d'y revenir !

### **Ce projet correspond à plusieurs besoins :**

- Valoriser l'activité des porteurs de projets locaux en attirant de nouvelles clientèles,
- Ouvrir les activités de montagne à des publics éloignés culturellement de la montagne,
- Développer la pratique amateur et encadrée des activités de montagne pas ou peu aménagée,
- Conserver les publics déjà conquis,
- Attirer et sensibiliser de nouveaux publics, dans des conditions adaptées et des situations d'initiation,
- S'inscrire dans un projet de territoire, en lien avec les acteurs économiques, politiques, sportifs et culturels.

### **Qui a identifié ce besoin ?**

Suite aux assises de l'alpinisme de 2011 à Chamonix, le constat a été fait de la faible diffusion de la culture montagnarde. La Coordination Montagne s'est donnée pour mission de "promouvoir les activités de montagne comme leviers du développement économique local". La Fête de la Montagne permettra de valoriser, en dehors de l'hiver, le patrimoine naturel et bâti, les richesses environnementales et le potentiel touristique de la montagne tout en encourageant la diversification des activités.

La montagne estivale -et ses activités- souffre entre autres maux d'une image de dureté, de dangerosité, de cherté, mais surtout d'un important déficit de communication. Les raisons en sont diverses : moyens moins importants et peu mis en commun, acteurs éclatés et plus individualistes qu'en hiver, inexistance de structures communes... l'enjeu aujourd'hui est donc de redonner envie d'aller à la montagne, quel que soit son âge, ses motivations, ses pratiques, ou ses moyens financiers. Il faut changer cette image d'une montagne exigeante ou dangereuse, pour promouvoir celle d'une montagne accessible, où l'on prend du plaisir, et où l'on peut vivre des moments d'une intensité exceptionnelle.

Le projet vise notamment à contrebalancer l'érosion de la fréquentation estivale des espaces de montagne, à travers la redynamisation et la diversification des pratiques de montagne, ainsi que leur adaptation aux nouveaux contextes environnementaux, économiques et sociaux afin d'en accroître la performance et la compétitivité.

### **Public bénéficiaire**

Il y a mille façons de célébrer la montagne et de partager ses passions. Les événements de la Fête de la Montagne sont conçus pour plaire à tous. Une grande partie des actions s'adressent cependant à des publics qui connaissent peu la montagne. Le public peut se rendre à des manifestations en solo, en famille ou entre amis, peu importe son âge et ses capacités physiques ou financières.

### **Moyens mis en oeuvre**

Un comité de pilotage, incluant les membres de la Coordination ainsi que les partenaires, se réunit régulièrement afin de prendre les décisions importantes et suivre les pistes de réflexion.

La charte graphique permet de donner une identité à l'événement, dans l'objectif de séduire le plus large public possible.

L'animation des réseaux pour inciter à la création d'événements est assurée par nos membres, nos partenaires et par la Coordination Montagne.

L'information sur la Fête de la Montagne est largement diffusée auprès d'acteurs locaux pour les inciter à la création d'événements d'une part et auprès du grand public pour lui donner envie de venir aux événements de l'autre part.

Nous communiquons au travers des différents médias nationaux, régionaux et locaux afin d'atteindre le plus grand nombre de citoyens. Nous incitons la presse, écrite, parlée, télévisée et sur Internet à parler de cet événement placé sous le signe de l'échange entre ceux qui pratiquent et ceux qui découvrent la montagne par le biais de partenariats, rédactionnels, témoignages, documents, programmes, jeux-concours, messages publicitaires... Cette année nous souhaitons également créer un programme papier à diffuser partout en France et principalement dans les régions et départements partenaires.

De même, les organisateurs d'événements Fête de la Montagne communiquent eux-mêmes au niveau local et régional, au moyen d'outils iconographiques communs mis à leur disposition.

Des événements « ambassadeurs » sont organisés dans chaque massif de France. Ce sont des manifestations au programme de la Fête de la Montagne sur lesquelles la communication est renforcée avec l'invitation d'élus, de personnalités et des partenaires. Un permanent de la Coordination Montagne se déplace sur l'événement. Les élus et partenaires présents sont invités à y prendre la parole pour expliquer leur engagement pour la montagne. Un événement ambassadeur avait lieu en 2013 dans le Massif Central.

La visibilité médiatique sera l'objectif phare de l'édition 2014 : le partenariat entamé avec certaines municipalités (telles Grenoble) aura pour objectif d'être élargi aux villes de piémont et aux métropoles régionales : ces partenariats ont permis l'affichage de la Fête de la Montagne sur les réseaux Decaux et d'avoir une visibilité dans les médias municipaux en direction des habitants. Les partenariats presse existants seront poursuivis. Enfin, des partenariats avec de grands groupes de presse (tels Bayard Presse) sont en train de se construire pour accroître l'exposition médiatique de la Fête de la Montagne et « installer » progressivement cette date du dernier week-end de juin dans l'inconscient collectif.

En 2013, la Fête de la Montagne a été une belle réussite avec près de 200 événements dans plus de 30 départements. Dans le Massif Central, une vingtaine d'actions ont eu lieu. Organisateurs et participants ont été satisfaits de cette première édition et nous encouragent à poursuivre cette action.

**Date de début souhaité et date de fin de l'opération :**

Réalisation de l'opération : juin 2014

Date d'achèvement de l'opération : juillet 2014

## FICHE ACTION 9

# Adhésion Réseau Grand Site de France

### Maître d'ouvrage

Parc naturel régional des Ballons des Vosges

### Plan de financement prévisionnel

Coût prévisionnel : 1 000 TTC

### Descriptif de l'action

De façon particulière, la **Grande Crête des Vosges** possède des potentialités et des richesses en lien avec les 5 filières touristiques. Elle est mise en avant par la filière sites de visite comme LE site emblématique du Massif des Vosges. Le Contrat de Destination se donne pour objectif de faire émerger sur celle-ci une offre emblématique transversale spécifique, afin de l'ériger en vitrine d'excellence touristique et environnementale du Massif des Vosges.

Dans cette perspective, une réflexion est d'ores et déjà engagée avec pour objectif de labelliser la grande Crête des Vosges « Grand Site de France ». Afin d'enrichir cette réflexion, il est proposé que le Parc naturel régional des Ballons des Vosges adhère au réseau national des Grand Site de France, en tant que membre associé.

Ressource web : <http://www.grandsitedefrance.com>

## **Volet D : Observation**

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

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

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

### **FICHE ACTION 9**

## **Chiffres clés du tourisme : l'emploi et les retombées économiques**

#### **Maître d'ouvrage**

Parc naturel régional des ballons des Vosges – mission chef de projet.

#### **Plan de financement prévisionnel**

Coût prévisionnel : 5000 TTC.

Le financement sera assuré par l'enveloppe de la mission du chef de projet.

#### **Description de l'action**

L'objectif est de réaliser à l'identique du 1<sup>er</sup> panorama sur l'offre et la fréquentation, un panorama consacré à l'emploi touristique et aux retombées économiques.

Pour ce faire, il est proposé de mobiliser 3 dispositifs :

- **L'INSEE** et sa méthode d'estimation de l'emploi et de l'activité touristique, à travers la réalisation d'une étude relative au poids économique du tourisme dans le massif des Vosges.

Mode opératoire : convention de partenariat entre l'INSEE et le Parc naturel régional des Ballons des Vosges.

#### **Contenu de l'étude**

L'étude s'articulera autour de trois parties :

- La première partie s'attachera à situer le poids du secteur touristique dans l'emploi total et caractériser ces emplois (sexe, âge, secteur, saisonnalité, nombre d'entreprises) ;
- La deuxième partie sera tournée vers le poids économique (richesse dégagée, part de chaque secteur économique) ;
- La troisième et dernière partie sera centrée sur la prospective et permettra au partenaire de dresser des pistes d'avenir par l'analyse des perspectives démographiques.

Le périmètre de l'étude sera celui du Massif des Vosges et de sous-zones qui seront déterminés au cours de l'étude. Ces sous-zones respecteront un seuil minimal d'emploi permettant d'assurer la fiabilité des données produites.

On cherchera à quantifier dans l'étude la part de féminisation des emplois, la structure sexe-âge et le niveau de diplôme de ces saisonniers.

Plusieurs axes d'études seront creusés :

- Les évolutions récentes de la fréquentation touristique et de l'offre (type d'hébergement, nombre, qualité de confort) ;
- Le volume et les caractéristiques l'emploi saisonnier salarié et le volume de l'emploi non salarié ;
- La richesse dégagée totale et sa déclinaison par secteurs ;
- Perspectives démographiques sur la zone du Massif.

### **Calendrier :**

Le calendrier prévisionnel est le suivant :

Conventionnement	Mai 2014
Réalisation de l'étude	Mai à octobre 2014
1 <sup>er</sup> réunion de concertation	Juin 2014
Envoi des tableaux provisoires	Août 2014
2 <sup>ème</sup> réunion de concertation	Septembre 2014
Relecture définitive par le partenaire	Octobre 2014
Promotion et communication de l'étude	Novembre 2014

Coût prévisionnel : 5000 €

- **Le dispositif CesAAR (approche filières)**

Le dispositif CesAAR est un groupement national constitué par quatre organismes aux compétences complémentaires et savoir-faire partagé :

Sofred Consultants : stratégie, diagnostic économique, analyse financière et économique

le Cetim : expertise technique, technologique et une connaissance des filières industrielles

L'ADIT : veille et intelligence économique

Les Instituts Carnot : Laboratoires de recherche

Il s'est constitué en 2005 pour répondre au mieux aux besoins d'expertises financiers et économiques d'acteurs publics. La DGCIS travail en partenariat avec ce dispositif, pour réaliser des prestations d'expertises et d'assistance aux actions dans le domaine du développement économique.

La Direccte Alsace propose, si possible avec la coopération des deux autres Direccte Lorraine et Franche-Comté, la mobilisation du marché CesAAR, piloté et entièrement financé par l'Etat (DGCIS).

Au programme : la réalisation d'une étude territoriale, réalisée par des consultants privés sélectionnés dans le cadre de ce marché national.

Cette étude serait décomposée en 2 volets :

- *primo*, les 5 filières constitutives de la stratégie du Massif, et reprises dans le cadre du contrat de destination Massif des Vosges.
- *secundo*, l'identification de nouvelles filières à potentiel (assortie destinations concurrentes et analysant leur stratégie de développement).

Objectifs :

- Définir des orientations dans la perspective de la structuration des 5 filières
- Définir et suivre des indicateurs de structuration des filières
- Mesurer le poids économique et analyser les potentialités respectives des 5 filières

Cette étude serait complétée par un plan d'actions assorties de priorités.

Un comité de suivi, associant les principaux acteurs institutionnels, seraient à mettre en place. Les conclusions de cette étude seraient présentées aux principaux acteurs de la stratégie du massif, et s'inscriraient notamment en appui des volets « observation » et « structuration des filières » du contrat de destination.

Il serait proposé à la DGCIS que l'étude puisse être lancée à compter de l'automne 2014, après retour des 2 autres DIRECCTE, et après réunion préparatoire avec les principaux acteurs concernés. La DIRECCTE Alsace se proposerait d'établir la trame de la démarche sur les bases énoncées précédemment.

Calendrier : lancement automne 2014

- **Atout France**

Rôle et participation à définir.

Ressources : panorama du tourisme de la montagne – Edition 2012/2013. Cahier n° : Emploi et retombées économiques.

**ANNEXE 2 - Tableau récapitulatif du programme d'actions et de la maquette financière**