ACCOMPAGNEMENT À L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE COMMUNAUTAIRE

90 - COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DES VOSGES DU SUD

PLAN D'ACTIONS

COMMUNAUTE DE COMMUNES
Vosges du Sud

AXES STRATÉGIQUES - SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

AXE 1	**ORGANISER LA GOUVERNANCE ET LE PILOTAGE DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE**
AXE 2	**ACCOMPAGNER LA MISE EN TOURISME DU TERRITOIRE**
AXE 3	**REPENSER LA DIFFUSION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE**

AXES STRATÉGIQUES - SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

AXE 1

ORGANISER LA GOUVERNANCE ET LE PILOTAGE DE LA STRATÉGIE TOURISTIQUE

OBJECTIF 1

Structurer et animer le fonctionnement de la commission tourisme

OBJECTIF 2

Structurer les rôles et les missions du service tourisme

OBJECTIF 3

Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations...

AXE STRATÉGIQUE - SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

AXE 1

Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

OBJECTIF 1

Structurer le fonctionnement de la commission tourisme

- **Action n°1 :** **Valider la stratégie de développement touristique** de la CCVS
  - action n°1.1 : composition, rôles, missions et pouvoirs de la commission tourisme
- **Action n°2 :** **Animer la stratégie** de développement touristique du territoire
- **Action n°3 :** Favoriser la **connaissance des ressources touristiques** du territoire auprès des Elus
- **Action n°4** : Attribuer le rôle d'**ambassadeur de tourisme** aux membres de la commission tourisme sur leur commune.

OBJECTIF 2

Structurer les rôles et les missions du service tourisme

- **Action n°5 :** Intégrer le service tourisme aux différents **projets du territoire**
- **Action n°6 :** Retraduire dans les **statuts de la CCVS** la fonction de la compétence tourisme
- **Action n°7 :** Réfléchir aux **ressources humaines nécessaires pour la bonne réalisation de la stratégie**
- **Action n°8 :** Présenter un **rapport annuel d'activité** aux parties prenantes

OBJECTIF 3

Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations..

- **Action n°9 :** Assurer les **représentations politiques** liées au tourisme
- **Action n°10:** Assurer les **représentations techniques** liées au tourisme
- **Action n°11:** Réécrire et animer **les conventions en cours** avec les partenaires
  - action n°11.1 : Charte de partenariat Opération Grand site de France
  - action n°11.2 : Collectif régional Vosges du Sud
  - action n°11.3 : Belfort Tourisme

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 1 Structurer le fonctionnement de la commission tourisme

ACTION N°1 VALIDER LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DE LA CCVS

DESCRIPTION

Constat : avant toute mise en place d'une stratégie de développement touristique, il est important que celle-ci soit validée par l'ensemble des représentants de la commission tourisme du territoire. Une bonne adhésion et compréhension de la stratégie par la commission jouera un rôle déterminant dans la bonne progression du développement touristique du territoire.

Préconisation : valider la stratégie de développement touristique de la CCVS lors d'une commission tourisme, tout en laissant la possibilité aux acteurs de s'exprimer et de modifier certains aspects si nécessaire.

Objectif : impliquer la commission tourisme dans la validation de la stratégie touristique communautaire.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Envoi préalable du document de travail des fiches actions à la commission tourisme
- Animation d'une commission présentant la stratégie et organisation d'un débat
- Retravail de la stratégie si nécessaire
- Elaboration d'un PV de validation de la stratégie
- Présentation en bureau et conseil communautaire pour validation finale

COÛTS PRÉVISIONNELS

Néant

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme de la CCVS
- Partenaires invités (BT - Plan Avenir montagnes)

FACTEURS DE REUSSITE

- Rédiger un document de travail clair et précis
- Bonne communication et organisation d'un débat respectueux
- Calendrier commissions tourisme : fiche action n°2
- Gouvernance : fiche action n°9
- Statuts CCVS : fiche action 6

EVALUATION

- Adoption de la stratégie par la commission tourisme, puis validation bureau et conseil communautaire

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 1 Structurer le fonctionnement de la commission tourisme

ACTION N°1.1 COMPOSITION, ROLES, MISSIONS ET POUVOIRS DE LA COMMISSION TOURISME

DESCRIPTION

Constat : une fiche action spécifique sur la composition, le rôle, les missions, les pouvoirs de la commission tourisme est peut-être la bienvenue.
Traditionnellement dans les collectivités, une commission est une commission de travail et n'a pas de pouvoir de décision. Elle émet un avis qui est ensuite validé par délibération du conseil communautaire.

La composition de la commission tourisme est définie par le conseil communautaire.

Objectifs :

- Préciser les rôles, les missions et les pouvoirs de cette commission tourisme.
- Définir quels membres de la commission tourisme seront représentants des comités consultatifs (gouvernance cf fiche action n°9)

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

LIEN AVEC FICHES ACTIONS

- Validation et suivi plan d'actions : fiche action 1
- Taxe de séjour : fiche action 2 et 14
- Aide à l'immobilier : fiche action 15
- Statuts : fiche action 6
- Gouvernance : fiche action 9
- Ambassadeur : fiche action 4

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme de la CCVS

FACTEURS DE REUSSITE

- Rédiger un document de travail clair et précis

EVALUATION

Comptes-rendus de réunion de la commission tourisme
Questions à poser aux membres de la commission sur leur rôle

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 1 Structurer le fonctionnement de la commission tourisme

ACTION N°2 ANIMER LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

DESCRIPTION

Constat : pour la bonne réussite d'un schéma de développement touristique et la bonne adhésion des parties prenantes politiques, il est essentiel d'animer le contenu et l'avancement de la stratégie régulièrement.

Préconisation : réunir régulièrement la commission tourisme pour suivre l'avancement de la stratégie, du choix des actions à mener et du bilan annuel du plan d'actions déployé. Ces moments permettront d'évaluer les actions réalisées au moyen d'indicateurs objectivés et de communiquer sur l'avancement des actions réalisées et celles à venir.
Une fois par an, aborder le sujet de la taxe de séjour pour en évaluer son action.

Objectif : impliquer la commission tourisme dans le déploiement du plan d'actions

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Identifier les agents-ressources pour animer le déploiement de cette stratégie
- Définir les moments clés et la temporalité pour l'animation de la stratégie

LIEN FICHES ACTIONS

Taxe de séjour : fiche action 14
Rapport annuel : fiche action 8
Rôle commission : fiche action 1.1

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme de la CCVS
- Bureau CCVS, maires, conseil communautaire

FACTEURS DE REUSSITE

- Participation des élus à la commission de tourisme
- Proposer 1 commission par trimestre pour suivre le déroulement des fiches actions

COMMENTAIRE

- 1/ fev 2025 : validation stratégie ou bilan TdS (n+1)
- 2/ avril/mai 2025 : ligne de conduite priorités 2025 + rôle commission
- 3/ sept 2025 : état avancement
- 4/ dec 2025 : bilan année n + projection n+1

EVALUATION

- Nombre de commissions
- Nombre d'interventions du VP tourisme en bureau ou conseil communautaire
- Nombre de nuitées, de repas

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 1 Structurer le fonctionnement de la commission tourisme

ACTION N°3 FAVORISER LA CONNAISSANCE DES RESSOURCES TOURISTIQUES DU TERRITOIRE AUPRÈS DES ÉLUS

DESCRIPTION

Constat : la connaissance que les Elus (de la commission tourisme ou du conseil communautaire) ont de l'ensemble des offres touristiques disponibles sur le territoire peut être améliorée afin de participer à la dynamique de développement touristique de la CCVS.

Préconisation : mettre en place des actions afin de donner à connaitre l'offre touristique du territoire aux Elus communautaires et aux Elus de la commission tourisme :

- formation pratique par les techniciens du service tourisme : questionnaire, quizz, présentation de nouvelles offres
- organisation 1 fois par an d'un éductour, avec la visite de sites (et/ou offres touristiques) du territoire sur un jour, éductour avec thématique particulière ou nouveautés.
- proposition aux Elus de la commission tourisme d'être ambassadeur du tourisme sur leur commune (cf. fiche action 4).
- CR cotech et copil tourisme lors de commission

Objectif : identifier les acteurs locaux existants et nouveaux, identifier les potentiels, favoriser la proximité avec acteurs locaux, connaitre besoins et demandes de ces acteurs.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Mettre en place un calendrier de rencontres annuelles / commissions
- Organiser en lien avec les socioprofessionnels du territoire un éductour par an
- Identifier et recenser l'offre existante et le potentiel touristique de la CCVS (lieux remarquables, patrimoines, hébergements, restaurants...)

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ : Court / Moyen / Long

PRIORITE : Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Elus et service tourisme de la CCVS
- Socioprofessionnels
- Commission tourisme
- Eventuellement partenaires institutionnels locaux : BT, SMIBA, Avenir montagnes...

FACTEURS DE REUSSITE

- Adhésion des professionnels et des élus à la démarche
- Gestion de l'organisation de ces moments par le service tourisme
- Changements de lieux pour l'éductour tous les ans
- fiche action liée à n°4

EVALUATION

- Nombre d'éductours, rencontres, commissions
- supports de formation, nombre de formations et/ou présentations

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 1 Structurer le fonctionnement de la commission tourisme

ACTION N°4 ATTRIBUER LE RÔLE D'AMBASSADEUR DU TOURISME AUX MEMBRES DE LA COMMISSION TOURISME

DESCRIPTION

Constat : on observe, d'une part, des carences dans la connaissance du service tourisme et des membres de la communication sur l'offre touristique du territoire : actions OGS, Massif des Vosges, collectif et autres, acteurs locaux, socioprofessionnels, potentiels; et d'autre part, des carences dans la connaissance des socioprofessionnels, des missions du service tourisme de la CCVS.
Préconisation : proposer aux Elus de la commission tourisme d'être ambassadeur du tourisme sur leur commune pour être relais d'information auprès du service tourisme.
Objectifs :

- Favoriser la proximité, faciliter la communication, participer à l'enrichissement des connaissances des membres de la commission tourisme
- Faire connaître les villages

Par exemple informer le service tourisme sur les nouvelles pistes enduro à Auxelles-Haut , l'installation d'un hébergeur sur une commune mais aussi expliquer par la CCVS aux membres de la commission le travail du service tourisme pour communiquer à leur conseil municipal., par exemple l'avancement de l'OGS, des actions avec la taxe de séjour.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Identifier et recenser l'offre existante et le potentiel touristique de la CCVS (lieux remarquables, patrimoines, hébergements, restaurants...)
- Identifier les ambassadeurs
- Lien entre service tourisme et ambassadeur : lien direct ou commission tourisme pour faire remonter les informations

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme

FACTEURS DE REUSSITE

- Ambassadeurs reconnus par socioprofessionnels
- Remontée d'information au service tourisme
- fiche action liée aux fiches actions n°3 - 16- 17 - 18
- cela n'exclut pas les initiatives des autres élus

EVALUATION

- Nombre d'interventions des Ambassadeurs en réunions municipales
- Nouveautés et demandes enregistrées chaque année

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 2 Structurer les rôles et missions du service tourisme

ACTION N°5 INTÉGRER LE SERVICE TOURISME AUX DIFFÉRENTS PROJETS COMMUNAUTAIRES

DESCRIPTION

Constat : le service tourisme de la CCVS a besoin de prendre de l'importance au sein de l'intercommunalité et de s'imposer comme un service transversal pouvant aider (informer) l'ensemble des projets de développement du territoire et se nourrir également des projets.

Préconisation :

- Réfléchir à une nouvelle organisation, permettant au service tourisme d'avoir une transversalité dans les projets à marché touristique et de facilement discuter avec d'autres services : urbanisme, développement économique, piscine...
- Proposer une organisation sous forme de pôle (tourisme, urbanisme, développement économique, marché de terroir) ?
  - exemple avec dév. économique : identifi er les opportunités (bourse aux locaux vacants, développement économique touristique, nouveaux projets)
  - exemple avec le service urbanisme :étude du département Ballon d'Alsace

O**bjectif :** participation du service tourisme à des projets de développement du territoire

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Penser une nouvelle organisation interne. Travailler avec le CDG90 pour proposer une nouvelle organisation favorisant la transversalité. (audit RH ?)
- Proposer une nouvelle organisation au Directeur Général et au Président
- Travailler régulièrement avec les services par pôle.
- Impliquer le service communication autant que nécessaire

COMMENTAIRES

- à conforter : lien avec service dév. économique
- à créer : relation avec service urbanisme
- ex : réunions de travail avec piscine (tourisme et bien-être ?) / médiathèques /service scolaire (partenariat avec SMIBA ski pour favoriser le transport scolaire pour le ski ?)
- Est ce que cela implique de revoir les statuts de la communauté de communes ?

TEMPORALITÉ : Court / Moyen / Long

PRIORITE : Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme de la CCVS
- Techniciens, DGS, DGA, service RH et élus de la CCVS

FACTEURS DE REUSSITE

- Impliquer les agents et les Elus (Président et Vice Présidents) dans la démarche
- Mise en place de réunions projet / pôle attractivité
- fiches actions liées : 7 (ressources humaines), 11 (représentation technique), 12 (ingénierie), 13 (faire connaitre le service), 18 (émergence nouvelles offres)

EVALUATION

- Mise en place d'un nouvel organigramme des services : proposé janvier 2025
- Nombre de participations du service tourisme à des réunions sur des projets intercommunautaires
- Actions à mettre en place : exemple portraits d'artisans, commerçants et autres sur réseaux sociaux et site Internet pour promouvoir le dev. économique, guide attractivité du territoire (ZAE et tourisme)

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 2 Structurer les rôles et missions du service tourisme

ACTION N°6 RETRADUIRE DANS LES STATUTS ET/OU INTÉRÊT COMMUNAUTAIRE DE LA CCVS LA FONCTION DE LA COMPÉTENCE TOURISME

DESCRIPTION

Constat : les statuts de la CCVS, notamment en matière de tourisme, mériteraient d'être affinés, précisés et mis à jour. En effet, les statuts de l'intercommunalité rédigés il y a quelques années maintenant ne traduisent plus des actions effectuées par le service tourisme de la CCVS, ni la volonté politique de développement d'une stratégie touristique communautaire.

Préconisation : afin de préciser les actions du service tourisme, il est recommandé d'engager une réflexion sur la modification/précision/réécriture de certaines compétences inscrites dans les statuts de l'intercommunalité.

Objectif : actualiser les statuts ou intérêt communautaire de la CCVS pour mener à bien la présente stratégie touristique

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Réfléchir en interne du service tourisme aux modifications nécessaires
- Proposer un point "réflexion des statuts et intérêt communautaire" à l'ordre du jour lors d'une commission tourisme et d'un bureau communautaire
- Proposer une nouvelle rédaction des statuts
- Proposer une "réflexion des statuts et intérêt communautaire" en conseil communautaire

COMMENTAIRES

- Définir ce qui est obligatoire dans les statuts ou intérêt communautaire pour réussir les fiches actions

TEMPORALITÉ :

Court / (Moyen) / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / (Secondaire)

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme de la CCVS
- Techniciens, DGS, DGA, service RH et élus CCVS

FACTEURS DE REUSSITE

- Veiller à ce que les statuts ne soient plus source d'interprétation
- fiche action liée à la validation de la stratégie (1)

EVALUATION

- Validation des nouveaux statuts de la CCVS

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 2 Structurer les rôles et missions du service tourisme

ACTION N°7 RÉFLECHIR AUX RESSOURCES HUMAINES NECESSAIRES POUR LA BONNE RÉALISATION DE LA STRATÉGIE

DESCRIPTION

Constat : uniquement deux personnes au service tourisme qui ne sont pas à temps plein sur les missions dédiées au développement touristique. Elles exercent aussi des fonctions de communication et d'accueil à la forge musée.
Les moyens humains du service tourisme sont donc limités et l'arrivée de nouvelles actions à déployer avec la stratégie de développement touristique s'envisage difficilement sans une augmentation des ressources humaines du service tourisme.

Préconisation :

- Etudier la nécessité d'augmenter les ressources humaines dédiées au développement touristique. Faire éventuellement un travail avec CDG90 (audit RH ?)
- Calculer la durée passée ou à passer de chaque action.
- Définir la priorité temporelle de chaque action.

Objectif : augmenter les effectifs du service tourisme si cela répond à des besoins

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Lister les compétences spécifiques nécessaires appelées par la nouvelle stratégie de développement touristique
- Construire une ou des fiches de poste(s)
- Présenter les besoins à la commission tourisme et au bureau communautaire
- Présenter les besoins au DGS et au Président

COMMENTAIRES

- Identifier un retour/retombées pour chaque action (associer BT dans la réflexion selon ses compétences)
- Définir le temps passé pour la réalisation de chaque action (sur 3 ans)

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- DGS, DGA, service RH de la CCVS

FACTEURS DE REUSSITE

- Déterminer les compétences et les formations nécessaires à la réalisation de la stratégie touristique

EVALUATION

- Augmentation du volume d'heures d'une ou plusieurs personnes du service tourisme
- Embauche de une ou plusieurs personnes au sein du service tourisme

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 2 Structurer les rôles et missions du service tourisme

ACTION N°8 PRÉSENTER UN RAPPORT ANNUEL D'ACTIVITÉ AUX PARTIES PRENANTES

DESCRIPTION

Constat : les rôles et missions du service tourisme sont actuellement peu connus des parties prenantes du territoire. La nouvelle stratégie va modifier ses rôles et missions et il serait intéressant que les professionnels comme les Elus comprennent les actions menées par le service tourisme.

Objectif : identifier le service tourisme comme acteur majeur de territoire et comme organisme de référence au niveau tourisme en présentant annuellement à ses parties prenantes son rapport d'activité.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Réaliser un rapport d'activité annuellement (en lien avec le Rapport d'activité annuel de la CCVS)
- Présenter ce rapport en deux présentations distinctes :
  - Elus : lors d'une commission tourisme
  - Socioprofessionnels : lors d'une des rencontres bi-annuelles

COÛTS PRÉVISIONNELS

Néant

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme

FACTEURS DE REUSSITE

- Pérennisation de la démarche
- Choix des indicateurs à présenter

EVALUATION

- Présentation du rapport d'activités

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 3 Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations...

ACTION N°9 ASSURER LES REPRÉSENTATIONS POLITIQUES LIÉES AU TOURISME

DESCRIPTION

Constat : la communauté de communes des Vosges du Sud est proche de plusieurs instances/territoires avec lesquels il serait intéressant de renforcer les liens. En effet, des liens conventionnels peuvent exister mais les liens relationnels sont encore à tisser.

Préconisations :

- Représenter le niveau politique de la CCVS dans les différentes instances (Belfort tourisme, SMIBA, Commissariat du massif des Vosges, PNR Ballon des Vosges...) et dans différents projets (OGS, Avenir montagnes...) et intégrer leur gouvernance
- Animer une relation d'échange formelle et informelle avec les représentants politiques : SMIBA, collectif Vosges du Sud, PNR Ballon des Vosges, Massif des Vosges...
- Créer des relations avec GBCA, CCST, Pays d'Héricourt, CC Doller et Rahin Chérimont...

Objectif : avoir une représentation politique efficace au sein d'instances sur le tourisme

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Lister l'ensemble des instances où il est intéressant que la CCVS soit représentée.
- S'adresser à ces instances pour être identifié comme un acteur à contacter/inviter
- Proposer au conseil communautaire de valider un règlement de nomination des représentants politiques dans les différents comités : chaque Vice Président doit être titulaire ou suppléant dans un organisme ou comité (...) en lien avec sa vice-présidence

COMMENTAIRES

- Systématiquement communiquer les informations aux techniciens (CR de réunion, mails)
- Fiche action liée : rôle commission (1 et 1.1), connaitre le service tourisme (13)

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Président, Vice Présidents et bureau communautaire CCVS
- Commission Tourisme CCVS
- Différentes instances (citées dans des encarts de texte de cette fiche)

FACTEURS DE REUSSITE

- Choisir le(s) bon(s) représentant(s) à compter de 2026 : Vice Président au tourisme, P, conseiller délégué...
- Rédiger un règlement de représentants des comités et des commissions et le faire valider en conseil communautaire.
- Associer systématiquement le Vice Président chargé de la communication

EVALUATION

- Nombre de réunions auxquels le(s) représentants(s) de la commission tourisme ou du conseil communautaire ont participé
- Comptes-rendus de réunions fournis à la CCVS par ces représentants
- Pérennisation de la démarche dans le temps

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 3 Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations...

ACTION N°10 ASSURER LES REPRÉSENTATIONS TECHNIQUES LIÉES AU TOURISME

DESCRIPTION

Constat : la communauté de communes des Vosges du Sud est proche de plusieurs instances/territoires avec lesquels il serait intéressant de renforcer les liens. En effet, des liens conventionnels peuvent exister mais les liens relationnels sont à conforter.

Préconisation :

- Représenter le niveau technique de la CCVS dans les différentes instances (Belfort tourisme, SMIBA, Commissariat du massif des Vosges, PNR Ballon des Vosges...) et dans différents projets (OGS, Avenir montagnes, collectif Vosges du Sud...) et intégrer leur gouvernance/réflexions/échanges techniques.

Objectif : le service tourisme doit être service référent pour les communes et les socioprofessionnels pour tout projet de développement en lien avec le tourisme. Il doit être associé aux réflexions

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Lister l'ensemble des instances où il est intéressant que la CCVS soit représentée
- S'adresser aux représentants de ces différentes instances pour être identifié comme acteur à contacter/inviter
- S'adresser aux communes, maires pour être identifié comme acteur à contacter/inviter
- Travailler et échanger avec les agents de GBCA, CCST, CC Doller et Rahin Chérimont...

COMMENTAIRES

- Travailler avec toutes les associations liées au tourisme sur le territoire communautaire et liées par convention à la CCVS : participer à la rédaction des conventions, participer aux AG, réception d'un rapport annuel
- Exemples : Département 90 = étude marché touristique BA, Giromagny = Mazarin, Mazarine, vélo rail, air camping car, sentier des mines, etc , Anjoutey et Etueffont = piste cyclable, Anjoutey = site de renaturaiton etc.

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS

FACTEURS DE REUSSITE

- Choisir le(s) bon(s) représentant(s) :
  - Collectif régional : PNRBV (maison tourisme/OGS/études diverses) : Anaïs
  - Département : sentier rando, études BA, BT, Balisage90 : Anaïs
  - SIMBA / club vosgien : à créer
  - Autres : sont écrits dans cette fiche action
- Chargé de mission Tourisme CCVS, chargé de mission communication CCVS, seul ou en binôme selon les thèmes : chargés de mission Tourisme et développement éco, chargés de mission Tourisme et urbanisme...
- Compte rendu des réunions Cotech et Copil à communiquer à la CCVS

EVALUATION

- Nombre de réunions auxquels le(s) représentants(s) de la commission tourisme ou du conseil communautaire ont participé
- Comptes-rendus de réunions fournis à la CCVS par ces représentants
- Pérennisation de la démarche dans le temps

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 3 Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations...

ACTION N°11 RÉÉCRIRE ET ANIMER LES CONVENTIONS EN COURS AVEC LES PARTENAIRES

DESCRIPTION

Constat : le diagnostic touristique du territoire a mis en évidence une multitude de délégations et partenariats entre la CCVS et d'autres organisations pour la bonne exécution de la compétence tourisme et la mise en valeur du territoire.
Dans le cadre de cette stratégie de développement touristique, le service tourisme est de plus en plus compétent et développe son activité et son offre de services.

Objectif : il est alors indispensable pour la bonne optimisation des activités et des ressources de l'intercommunalité de rediscuter ses conventions afin de ne pas faire de doublon dans l'exécution des missions et de ne pas dépenser inutilement l'argent public.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Analyse et évaluation des conventions actuelles (BT, PNRBV, maison du tourisme, collectif régional "Vosges du Sud", Balisage 90, club vosgien, etc.)
- Mise en évidence des actions pouvant être retirées ou ajouter à des conventions
- Proposition de nouvelles conventions auprès des partenaires en ayant soin de faire des bilans et des ajustements d'objectifs des conventions précédentes

COMMENTAIRES

- Coût à définir
- Ces conventions engendrent des participations financières donc la gestion de certaines missions par le service tourisme ou avec un accompagnement de ce service permet de réduire ou optimiser les participations financières.
- Inclure l'idée de suivi-évaluation des conventions et de leur optimisation. Cela valorise la plus-value des missions du service tourisme.

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Partenaires ayant des conventions avec la CCVS

FACTEURS DE REUSSITE

- Bonne communication auprès des élus et des partenaires

EVALUATION

- Nombre de conventions restantes avec des partenaires à la fin du déploiement de la stratégie
- Un tableau de bord énumérant les conventions avec leur durée, les objectifs principaux (pour voir les chevauchements) et le mode de renouvellement est à mettre en place.
- Précision financière des objectifs à atteindre à inscrire dans chaque convention

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 3 Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations...

ACTION N°11.1 CHARTE DE PARTENARIAT OPÉRATION GRAND SITE (OGS) DU MASSIF DU BALLON D'ALSACE

DESCRIPTION

Constat : la CCVS a une charte de partenariat et participe aux comités technique et de pilotage de l'opération OGS. Elle contribue à l'obtention du label en participant aux réunions et aux études menées. L'obtention du label permettra de mieux faire connaître le BA, de partager une démarche collective et harmonisée de valorisation touristique, naturelle, patrimoniale du périmètre OGS, d'accompagner et de conseiller les socioprofessionnels vers des actions éligibles.

Préconisation : conforter la présence du service tourisme et des Elus CCVS dans les instances de l'OGS.

Objectifs :

- obtention du label,
- adhésion des socioprofessionnels à la démarche.
- définition des portes d'entrée CCVS, Quid porte entrée OGS à Giromagny ?

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Informer les élus, socioprofessionnels sur les étapes de la démarche
- Participer régulièrement aux réunions
- Impliquer les socioprofessionnels (ex: mobilité = accompagnateurs en montage pour sentiers de randonnée, bike club et enduro pour piste VTT)
- Impliquer les services communautaires (ex: urbanisme = étude marché BA du département, GEMAPI = ressources en eau, etc)

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ : Court / Moyen / Long

PRIORITE : Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- PNRBV
- Partenaires

FACTEURS DE REUSSITE

- Bonne communication auprès des élus, services et socioprofessionnels
- Choix porte d'entrée

EVALUATION

- Actions concrètes réalisées dans le cadre de l'OGS sur le territoire de la CCVS
- Précision financière des objectifs à atteindre à inscrire dans convention
- Obtention du label

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 3 Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations...

ACTION N°11.2 COLLECTIF RÉGIONAL VOSGES DU SUD AVEC DESTINATION "ESCAPADES EN VOSGES DU SUD"

DESCRIPTION

Constat : Le collectif régional Vosges du Sud est un regroupement d'acteurs touristiques, focalisé sur une petite partie du sud du Massif des Vosges (surtout Territoire de Belfort et Haute-Saône), avec une mission spécifique de promotion touristique des équipements, les offres touristiques du territoire communautaire. La CCVS participe aux comités technique et de pilotage du collectif régional Vosges du Sud. La marque de destination est Massif des Vosges avec la destination "Escapades en Vosges du Sud".

Préconisation : conforter la présence du service tourisme et des Elus CCVS dans les instances du collectif.

Objectifs :

- Pérenniser la valorisation et la promotion de l'offre touristique de la CCVS.
- Mieux mettre en avant le territoire de la CCVS
- Promouvoir et valoriser la destination "Escapades en Vosges du Sud"

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Informer les élus, socioprofessionnels sur la marque de destination
- Participer régulièrement aux réunions
- Impliquer les socioprofessionnels dans la communication de leur offre pour développer les fiches Decibelles data et ainsi être mieux référencé sur la marque de destination

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Partenaires

FACTEURS DE REUSSITE

- Bonne communication auprès des élus, services et socioprofessionnels
- Récupérer la maitrise de Décibelles data

EVALUATION

- Précision financière des objectifs à atteindre à inscrire dans convention
- Promotion du territoire communautaire
- Nombre de publications et d'impressions numériques concernant la CCVS
- Statistiques de communication

Axe 1 Organiser la gouvernance et le pilotage de la stratégie touristique

Objectif 3 Renforcer le positionnement de la CCVS auprès des partenaires : institutionnels, territoires voisins, organismes de destinations...

ACTION N°11.3 BELFORT TOURISME

DESCRIPTION

Constat : la CCVS conventionne avec Belfort Tourisme pour assurer la promotion, la communication et l'animation du tourisme sur le territoire. Belfort Tourisme réalise des visites estivales sur le territoire communautaire, un éductour à destination des socioprofessionnels, intègre les offres touristiques du territoire dans ses supports de communication (site internet, brochures, réseaux sociaux), participe à des salons de promotion, accompagne les hébergeurs dans le classement de leur meublés tourisme, etc.

Préconisation : conforter la présence du service tourisme et des Elus CCVS dans les instances de Belfort Tourisme.

Objectifs :

- mieux communiquer et valoriser l'offre de la CCVS sur les supports de Belfort Tourisme
- diversifier les visites programmées en collaboration avec Belfort Tourisme
- collaborer des façon harmonieuse envers le collectif Vosges du Sud

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Informer les Elus, socioprofessionnels sur les missions de Belfort Tourisme pour la CCVS
- Participer régulièrement aux réunions
- Impliquer les socioprofessionnels dans la communication de leur offre pour développer les fiches Decibelles data

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Partenaires

FACTEURS DE REUSSITE

- Bonne communication auprès des élus, services et socioprofessionnels
- Fréquentation des visites estivales et éductour
- Mise en valeur du Territoire de Belfort

EVALUATION

- Précision financière des objectifs à atteindre à inscrire dans convention
- Promotion du territoire communautaire
- Nombre de publications et d'impressions numériques concernant la CCVS
- Statistiques de communication

AXE STRATÉGIQUE - SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

AXE 2

ACCOMPAGNER LA MISE EN TOURISME DU TERRITOIRE

OBJECTIF 1

Développer les missions du service tourisme

OBJECTIF 2

Connaitre et maitriser l'offre touristique

AXE STRATÉGIQUE - SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

AXE 2

Accompagner la mise en tourisme du territoire

OBJECTIF 1

Développer les missions du service tourisme

- **Action n°12 :** **Former les agents du service tourisme** sur l'ingénierie touristique disponible
- **Action n°13 :** **Faire connaitre le service** à destination des porteurs de projet et des partenaires institutionnels
- **Action n°14 : Evaluer et animer le déploiement de la taxe de séjour** et de ses finalités au niveau technique
- **Action n°15 :** Réévaluer **le dispositif d'aide à l'immobilier touristique** de la CCVS

OBJECTIF 2

Connaitre et maitriser l'offre touristique

- **Action n°16 :** Connaitre les socioprofessionnels de son territoire par les techniciens
- **Action n°17 :** Animer le **réseau des acteurs du tourisme** du territoire
- **Action n°18 :** Participer à l'**émergence de nouvelles offres**
  - action n°18.1 : accompagner le cœur de ville de Giromagny
  - action n°18.2 : accompagner la forge musée
  - action n°18.3 : ceinture fortifiée
  - action n°18.4 : équipements intercommunaux
- **Action n°19** : Evaluer **des besoins autour des sentiers communautaires actuels et les promouvoir**
  - action n°19.1 : mobilité

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 1 Développer les missions du service tourisme

ACTION N°12 FORMER LES AGENTS DU SERVICE TOURISME SUR L'INGÉNIERIE TOURISTIQUE DISPONIBLE

DESCRIPTION

Constat : la connaissance des dispositifs/aides disponibles en ingénierie sur le territoire ainsi que le territoire élargi nécessite une formation pour maîtriser les acteurs et les actions.
Préconisation : développer les compétences nécessaires à l'amélioration de l'accompagnement des porteurs de projet en ingénierie touristique par l'adoption d'un plan de formation à destination des agents du service tourisme, en lien avec les organismes de référence : Département, Belfort Tourisme, Comité Régional du Tourisme (CRT)..

Objectifs :

- savoir renseigner, conseiller, accompagner, orienter les porteurs de projets vers les organismes compétents
- maitriser les connaissances des dispositifs d'aide, subventions, règlements, appels à projets , structures (Préfecture, Région, Etat, Commissariat du massif des Vosges...)

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Lister l'ensemble des organismes pour éclairer les techniciens du service tourisme sur l'ingénierie disponible sur le territoire
- Contacter les organismes et réfléchir à un programme de formation
- Veiller sur les dispositifs d'aide
- Connaître la réglementation
- Travailler en lien avec le service développement économique de la CCVS

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Service Développement Economique de la CCVS
- Organisme de Gestion des Destinations : BT, Région

FACTEURS DE REUSSITE

- Améliorer la connaissance des dispositifs d'aide et organismes (Feder, ANCT, Région, Préfecture, etc)
- Mise en place et diffusion de l'information sur les dispositifs d'ingénierie

EVALUATION

- Questionnaire (ou autres) sur les connaissances de l'ingénierie touristique

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 1 Développer les missions du service tourisme

ACTION N°13 FAIRE CONNAITRE LE SERVICE À DESTINATION DES PORTEURS DE PROJET ET DES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

DESCRIPTION

Constat : il est difficile pour un porteur de projet du territoire de savoir à qui s'adresser et qui peut l'accompagner. De plus, des structures (PNRBV, SMIBA, communes...) peuvent avoir des projets de développement culturel, touristique, etc. sur le territoire communautaire.

Préconisations :

- rendre visible et lisible l'offre de service disponible à destination des porteurs de projet
- accompagner les porteurs de projet dans la structuration de leur offre

Objectifs :

- impliquer le service tourisme CCVS dans les projets territoriaux
- faire connaitre le service tourisme
- être en mesure d'accompagner les porteurs de projets

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Organisation d'un travail entre les services tourisme et de développement économique pour écrire l'offre de service disponible et rédiger un guide d'attractivité
- Inscription sur les supports de communication CCVS de l'offre de service à destination des porteurs de projet : inscrire les coordonnées des agents référents et les informations données lors d'un rendez-vous à apporter par le porteur de projet, etc.
- Diffusion de l'information auprès des socioprofessionnels et des collectivités sur les offres de services à recevoir : supports de communication, guide d'attractivité du territoire destinés aux professionnels. site web (page TdS, aide à l'immobilier, page pour les professionnels), Illiwap, rencontres annuelles avec les acteurs locaux.
- Informer BT des compétences du service tourisme
- Assurer les préconisations en urbanisme :
  - présenter les différentes étapes pour la bonne réalisation d'un projet
  - accompagner à la montée en gamme...
- Fiche liée à l'émergence de nouvelles offres (18), ingénierie (13)

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme et service de développement économique
- Service urbanisme pour connaître possibilités sur le territoire ou impossibilités.

FACTEURS DE REUSSITE

- Cohésion entre les services de la CCVS

EVALUATION

- Nombre de rendez-vous effectués avec des porteurs de projet
- Nombre de nouveaux projets réussis
- Service tourisme identifié comme service référent

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 1 Développer les missions du service tourisme

ACTION N°14 COLLECTER, EVALUER ET ANIMER LE DÉPLOIEMENT DE LA TAXE DE SÉJOUR ET DE SES FINALITÉS AU NIVEAU TECHNIQUE

DESCRIPTION

Constat : pour la bonne réussite d'un schéma de développement touristique et la bonne adhésion des parties prenantes politiques, il est essentiel d'évaluer et d'animer la taxe de séjour régulièrement sur le territoire.

Préconisations : évaluer annuellement les actions réalisées grâce aux produits de la taxe de séjour sur l'année écoulée avec des indicateurs prédéterminés : nombre d'actions réalisées, description des actions réalisées, satisfaction des acteurs (pro et élus)...

Objectifs :

- définir en groupe les orientations (destinations) des produits de la taxe de séjour pour l'année à venir. Ce groupe est composée de professionnels, techniciens et Elus.
- suivre la collecte et l'usage de la taxe de séjour
- faire connaître l'utilisation de la taxe de séjour
- faire un bilan de l'utilisation de la taxe de séjour (une fois par an)

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Mettre en place des indicateurs d'évaluation de la taxe de séjour
- Constituer un groupe d'acteurs (commission tourisme + socioprofessionnels + Elus) pour réfléchir aux orientations des produits de la taxe de séjour
- Convaincre les communes de l'utilité de la taxe intercommunale.
- Délibération de l'affectation du produit de la taxe de séjour (une fois par an)

COMMENTAIRES

Pourquoi pas avec TdS vidéo sur les communes de la CCVS ou carnet de réduction sur des billets d'entrée de plusieurs sites touristiques de la CCVS ?

TEMPORALITÉ : Court / Moyen / Long

PRIORITE : Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Socioprofessionnels
- Techniciens
- Elus dont commission tourisme

FACTEURS DE REUSSITE

- Constitution d'un groupe dynamique et compétent
- Réfléchir année 2025 à évaluation TdS pour utilisation des recettes en 2026
- Obligation de faire un rapport des retombées de la TdS

EVALUATION

- Nombre de nuitées, de repas, montant de la TdS
- Retombées des actions réalisées par les produits de la taxe de séjour (ex : statistiques site Internet)
- Mise en avant des actions nouvelles financées par TdS
- Récupération de la TdS d'Auxelles-Haut et Lepuix

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 1 Développer les missions du service tourisme

ACTION N°15 RÉÉVALUER LE DISPOSITIF D'AIDE À L'IMMOBILIER TOURISTIQUE DE LA CCVS

DESCRIPTION

Constat : la CCVS porte actuellement un programme intercommunal d'aide à l'immobilier d'entreprise qui attribue des subventions aux entreprises touristiques pour :

- l'acquisition de terrain et/ou de locaux existants,
- frais de travaux de construction d'extension ou de rénovation de bâtiments

Préconisation : cette aide étant peu demandée, il serait intéressant de rediscuter cette aide et potentiellement allouer ces sommes à des actions de développement touristique au service de la stratégie

Objectif : aider l'immobilier touristique

Exemple : aide aux hébergeurs : aujourd'hui 1000 € pour la création ou la réhabilitation de gîte (donne droit à aide régionale) / demain : subvention montant à définir + règlement à construire pour valorisation au classement meublé tourisme (=participe à la valorisation de l'offre existante/qualification ; faire passer instauration TdS)

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Réaliser un bilan de ce dispositif depuis sa mise en place
- Organiser un temps d'échange autour de ce dispositif : DGS / Président / Vice Présidents / Techniciens services tourisme et développement économique
- Analyser l'existant sur d'autres territoires : OT Doller

COÛTS PRÉVISIONNELS

- Travailler sur le budget à allouer par la CCVS à cette aide (affichage d'une volonté politique) et définir des critères pour qu'un porteur de projet bénéficie de cette aide (pour permettre le développement d'hébergements touristiques de qualité).
- Travailler sur la présentation du dispositif (réunions de présentations, interventions dans les conseils municipaux...)

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme CCVS
- Techniciens et Elus CCVS
- Commission tourisme
- Chargé de mission développement économique de la Région BFC (qui contractualise avec la CCVS sur l'immobilier d'entreprises)

FACTEURS DE REUSSITE

- Qualification de l'offre d'hébergement

EVALUATION

- Nombre de demandes
- Suivi annuel des aides allouées
- Montant de travaux investis par des particuliers sur le territoire de la CCVS (retombées économiques directes)

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°16 CONNAITRE LES SOCIOPROFESSIONNELS DE SON TERRITOIRE

DESCRIPTION

Constat : il est ressorti des entretiens menés avec les socioprofessionnels du territoire plusieurs attentes de leur part :

- une plus importante mise en réseau des acteurs
- une meilleure connaissance des professionnels du territoire des offres touristiques
- une rencontre avec les techniciens du service tourisme

Préconisation : renforcer les moments passés sur le terrain de la part des techniciens du service tourisme et nouer une relation avec chaque acteur professionnel du tourisme du territoire.

Objectifs :

- Identifier les attentes et les besoins des socioprofessionnels et faire connaitre le service tourisme de la CCVS
- Identifier les opportunités de projets touristiques : création d'offre, mise en réseau...
- Personnaliser le service rendu à chaque socioprofessionnel en fonction de ses attentes (ex : accompagnement hébergeur camping ou château Leguillon, aide à l'immobilier, etc)

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Identifier les acteurs locaux du territoire communautaire
- Recenser l'ensemble des professionnels du territoire.
- Contacter les professionnels et proposer des visites et des entretiens personnalisés
- Réaliser les visites sur chaque site et entretenir la relation (optionnel)
- Définir des moments clés dans l'année (fourniture de flyers en lot et en avant saison, présentation aux socio-pros d'un nouveau dispositif en fin d'année pour l'année suivante

COMMENTAIRES

- calendrier prévisionnel :
  - mai 2025/réunion de présentation stratégie après 2ème commission tourisme qui fixera les objectifs 2025 + bilan instauration TdS + bourses échanges
  - nov 2025/ réunion + conviviale (type petit déjeuner) et retour sur l'année écoulée

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Associer quand nécessaire les partenaires institutionnels (BT,SMIBA)
- Lieu géographique ou équipement intercommunal (type théâtre) de moment collectif de présentation par la CCVS au socioprofessionnels

FACTEURS DE REUSSITE

- Organisation de rencontre avec l'ensemble des acteurs du territoire
- Des temps conviviaux : petits-déjeuners, etc..;

EVALUATION

- Nombre de rencontres individuelles ou non avec les socioprofessionnels
- Niveau de mobilisation des professionnels : taux d'adhésion
- Pérennisation de la démarche par le service tourisme au fil des années

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°17 ANIMER LE RÉSEAU DES ACTEURS DU TOURISME DU TERRITOIRE

DESCRIPTION

Constat : il est ressorti des entretiens menés avec les socioprofessionnels du territoire plusieurs attentes de leur part :

- une plus importante mise en réseau des acteurs
- une meilleure connaissance des professionnels du territoire des offres touristiques
- une rencontre avec les techniciens du service tourisme

Préconisations : organiser deux fois par an une rencontre entre les socioprofessionnels et les acteurs du tourisme.

Objectifs :

- favoriser le développement de nouvelles offres (fiche action n°18)
- réaliser une bourse d'échange aux dépliants
- présenter le rapport d'activité du service tourisme
- présenter le suivi de la stratégie et l'utilisation des retombées de la TdS (une fois par an)

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Lister l'ensemble des acteurs économiques (ou non) du territoire communal
- Mettre en place un calendrier de rencontres bi-annuelles
- Contacter les professionnels et proposer des visites et des entretiens personnalisés
- Définir des moments clés dans l'année (fourniture de flyers en lot et en avant saison, présentation aux socio-pros d'un nouveau dispositif en fin d'année pour l'année suivante

COÛTS PRÉVISIONNELS

Créer une lettre d'actualité à destination des professionnels en les informant de la stratégie, agenda manifestations, suivi TdS - Définir le coût

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Socioprofessionnels
- Partenaires institutionnels (BT, SMIBA, Plan Avenir Montagnes, OT territoires voisins)
- Territoires voisins + Destination Touristique Vosges du Sud
- Lieu géographique ou équipement intercommunal (type théâtre) de moment collectif de présentation par la CCVS au socioprofessionnels

FACTEURS DE REUSSITE

- des temps conviviaux : petits-déjeuners, etc..;
- des lieux qui "tournent" : hébergeurs, chaix...

EVALUATION

- Nombre de rencontres individuelles ou non avec les acteurs du tourisme
- Niveau de mobilisation des professionnels : taux d'adhésion
- Pérennisation de la démarche

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°18 PARTICIPER À L'ÉMERGENCE DE NOUVELLES OFFRES

DESCRIPTION

Constat : le territoire communautaire ne possède pas d'offre de loisirs, restaurants et hébergements en grand nombre, et lorsqu'il y a de nouvelles offres, le service tourisme de la CCVS n'est pas toujours informé/associé.

Préconisations :

- rendre lisible l'accompagnement du le service tourisme
- participer à l'attractivité du territoire

Objectifs :

- offrir un accueil touristique de qualité
- inciter de nouveaux acteurs à s'installer (hébergeur (hôtel, aire de camping-cars), restaurateur, acteur de loisirs, producteur local...))
- favoriser de nouvelles offres (mise en réseau des acteurs)
- exemples
  - route fleurie - visite villages fleuris (commune avec label villes et villages fleuris); rallyes faune/flore pour écoles... route gourmande; randonnée curiosités locale patrimoine, savoir-faire, curiosités, points remarquables, visite de Rougegoutte avec décors de Noël, de la saint Valentin de Pâques..., parcours de randonnée avec hébergements, restaurants, bars; avec une durée de 1 à 3 jours (parcours équestres, et/ou pédestres), géocaching
  - quel avenir pour la carrière de Lepuix, escalade, escalade via ferrata, enduro, hébergement et activité insolites, foodtruck piscine, signalétique, location vélos électriques, sports mécaniques... ·piste enduro Giro, Auxelles et Riervescemont, vélo Rail, accompagner les communes
  - billets jumelés (mise en réseau d'acteurs socioprofessionnels avec billets jumelés (piscine, golf...), billets de plusieurs lieux avec tarifs réduit, pass touristique qui permet aux clientèles touristiques de bénéficier d'une réduction dans les sites patrimoniaux dès lors qu'ils effectuent une nuitée sur le territoire de la CCVS (distribué par les hébergeurs)

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- rendre le service tourisme plus lisible en termes de contact, missions, accompagnement, faire connaitre le service
- former les agents à l'ingénierie touristique, être en mesure d'accompagner les porteurs de projets ou accompagner le développement du parc d'hébergements touristiques existants (golf, camping de la seigneurie, château Leguillon, gîte et chambres d'hôtes...)
- être ambassadeur de la commission tourisme pour une meilleure connaissance du territoire

TEMPORALITÉ : (Court) / Moyen / Long

PRIORITE : Essentielle / (Moyenne) / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Elus
- Socioprofessionnels

FACTEURS DE REUSSITE

- plaquette de communication, fiche liée à la promotion (fiche action n°26)
- site internet
- mise en réseau de socioprofessionnels, de collectivités et autres
- accompagner les porteurs de projets touristiques et accompagner la mise en réseau des acteurs pour la structuration de nouvelles offres émergentes

EVALUATION

- installation nouveaux acteurs
- nouvelles offres

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°18.1 ACCOMPAGNER LA VILLE DE GIROMAGNY : PROJET COEUR DE VILLE

DESCRIPTION

Constat : le cœur historique de Giromagny revêt un charme particulier. Un des intérêts touristique est le circuit découverte pour découvrir ses nombreuses maisons historiques (Maison Mazarin, sentier des mines.).
La commune de Giromagny contribue fortement au développement de l'attractivité du territoire : réhabilitation Mazarin et Mazarine, parc, sentier historique, sentier minier, projet aire camping car, projet sentier des fontaines, piste cyclable, etc.

Préconisation :

- Participer à l'attractivité du cœur de ville

Objectifs :

- Participer au développement du coeur de ville, de la maison Mazarin (comment ?)
- Inciter de nouveaux acteurs à s'installer (hébergeur, restauration, loisirs)
- Favoriser de nouvelles offres (mise en réseau des acteurs, vélo rail)
- Renforcer l'animation de la ville à partir de son patrimoine
- Faire venir de nouvelles clientèles touristiques pour découvrir Giromagny

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Rendre le service tourisme plus lisible en termes de contact, missions, accompagnement pour la commune
- Former les agents à l'ingénierie touristique
- Impliquer le service tourisme dans les projets communaux de développement touristique:
  - Restaurer le circuit historique (panneaux, dépliant, QrCode, signalétique)
  - Renforcer l'animation de la ville : Escale en musique, AHPSV, visites de la ville
  - Renforcer l'embellissement de la ville en lien avec ORT (façade)
  - Etre la porte d'entrée OGS

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commune Giromagny

FACTEURS DE REUSSITE

- Réunions de projet

EVALUATION

- Nombre de visiteurs à Giromagny
- Nombre de nuitées, de repas à Giromagny

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°18.2 ACCOMPAGNER LA FORGE MUSEE

DESCRIPTION

Constat : la forge musée d'Etueffont est un musée de France. A l'image des musées ruraux du Territoire de Belfort, ce musée repose sur un équilibre précaire, compte tenu de la faiblesse de ses moyens.
Seules les animations proposées par le musée, et les bénévoles qui y contribuent, permettent le maintien en vie de ce site

Préconisation :

- Participer à l'attractivité de la forge musée

Objectifs :

- Contribuer au maintien du musée
- Participer au développement de la promotion de la forge musée
- Renforcer l'animation de la forge musée à partir de son patrimoine
- Faire venir de nouvelles clientèles touristiques pour découvrir la forge musée

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- A définir : possibilité d'attribution de subvention à l'association pour développement d'animations d'intérêt communautaire (marché de Noël, JEP, Nuit des musées, etc)

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commune Etueffont
- Association de la forge musée

FACTEURS DE REUSSITE

- Réunions de projet

EVALUATION

- Nombre de visiteurs à la forge musée

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°18.3 CEINTURE FORTIFIÉE

DESCRIPTION

Constat : la Communauté de communes des Vosges du Sud participe à la promotion de la ceinture fortifiée et notamment du Fort Dorsner. Liée par convention avec GBCA, PMA, et pays d'Héricourt, la CCVS participe à la valorisation et le développement de la ceinture fortifiée : création site web franchement forts, application via QR Code, dépliants, signalétique sur site géographique

Préconisation :

- Participer à l'attractivité du Fort Dorsner

Objectifs :

- Participer au développement de la valorisation du site fortifié : promotion, signalétique
- Renforcer l'animation de la ceinture fortifiée et le réseau des forts

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir : plan d'actions annuel avec collectif ceinture fortifiée (clé répartition par fort)

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- collectif ceinture fortifiée
- association Fort Dorsner

FACTEURS DE REUSSITE

- Réunions de projet

EVALUATION

- Nombre de visiteurs

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°18.4 ÉQUIPEMENTS INTERCOMMUNAUX

DESCRIPTION

Constat : la CCVS possède des équipements intercommunaux (piscine, médiathèque...) aussi bien attractifs pour les habitants que pour les touristes. Actuellement, ces équipements ne font pas l'objet d'un développement touristique économique.
Ils représentent un atout pour la structuration d'une offre en toute saison et permettent de créer des points d'attraction en vallée pour que les touristes à la station du BA viennent visiter la vallée.

Préconisation : intégrer à la promotion de l'offre touristique du territoire les équipements intercommunaux et leurs actualités par exemple du bien-être à la piscine

Objectifs :

- développer et avoir un territoire attractif, en lien avec la destination "Escapades en Vosges du Sud"
- susciter le développement de nouvelles offres touristiques, de loisirs, économiques

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Lister les équipements à promouvoir (ex : piscine, médiathèque, marché de terroir)
- Contacter les responsables des équipements pour se mettre en accord sur la promotion et les relations à entretenir

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Responsables des équipements intercommunaux
- Partenaires (BT, plan Avenir montagnes, collectif Vosges du Sud)

FACTEURS DE REUSSITE

- Nouer une relation avec les responsables des équipements intercommunaux

EVALUATION

- Nombre de visiteurs ou d'usagers

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°19 EVALUER DES BESOINS AUTOUR DES SENTIERS COMMUNAUTAIRES ACTUELS ET LES PROMOUVOIR

DESCRIPTION

Constat : la CCVS possède de nombreux sentiers pédestres, cyclos, équestres, sur son territoire mais ces derniers nécessitent un travail sur leur mise en valeur, qualification et communication. Les plaquettes des sentiers de randonnée inscrits au PDIPR sont édités par le Département, la CCVS a la maitrise des sentiers "Sous la Ligne Bleue". Le Département travaille sur des boucles équestres et des circuits VTT. Des pistes enduro existent.
Des sentiers pédestres sont entreneue soit par le Département soit par CoDeRando 90.

Préconisation : réaliser un état des lieux des sentiers communautaires pour structurer les besoins en aménagement, amélioration et communication des sentiers.

Objectifs :

- promouvoir les sentiers de randonnée, pédestres, équestres et VTT, "Sous la Ligne Bleue"
- créer, actualiser et imprimer des plaquettes de communication pour les habitants et les touristes et diffusées en salon, PIT, PIT hors les murs, hébergeurs et autres partenaires
- assurer le balisage et l'entretien des sentiers

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Réaliser un état des lieux des sentiers
  - déterminer qui s'en occupe : contacter Balisage 90, club Vosgien et le CD90
  - si besoin modifier les statuts de la CCVS pour qu'elle gère des sentiers ou définir les gestions des sentiers avec les partenaires et établir les conventions nécessaires.
- En fonction de l'état des lieux, mener les actions correctives nécessaires par exemple le balisage, l'entretien du mobilier et des portiques des sentiers "Sous la Ligne Bleue"
- Faire évoluer les fiches vers de nouveaux outils numériques (traces GPS, Visorando)
- Faire le lien avec le Schéma d'Accueil et de gestion des fréquentations en cours de réalisation pour le PGS MBA, notamment avec la mise en place d'éco-compteurs piétons, cyclistes et routiers, qui qualifieront la fréquentation des sentiers

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Balisage 90, club vosgien, associations locales
- Département Territoire de Belfort et ONF
- Club vosgien et Balisage 90
- Associations locales de VTT et de cyclisme également (Entre les Cimes...)

FACTEURS DE REUSSITE

- Réalisation de l'état des lieux par des compétents en activités de pleine nature
- Allouer un budget pour les plaquettes, le mobilier et les portiques. qui paie l'entretien des sentiers non gérés par le Département

EVALUATION

- Nombre et satisfaction des randonneurs/cyclistes/cavaliers sur les sentiers
- Mise à jour et édition des fiches (cf promotion fiche 26)

COÛTS PRÉVISIONNELS

Qui paiera l'entretien des sentiers non gérés par le Département ? A définir

Axe 2 Accompagner la mise en tourisme du territoire

Objectif 2 Connaitre et maitriser l'offre touristique

ACTION N°19.1 MOBILITÉ

DESCRIPTION

Constat : à ce jour, seules les communes de Chaux, Rougegoutte et Vescemont n'ont pas de plaquette présentant un sentier de randonnée. Des communes veulent créer leurs propres sentiers Lachapelle-sous-Chaux). Le réseau piste cyclable s'arrête à la commune de Giromagny.

Préconisation : pour rendre plus attrayant des sentiers, il serait bien d'y associer des manifestations. Avoir au moins un sentier par commune et assurer sa promotion.

Objectifs :

- identifier de nouvelles opportunités et accompagner éventuellement la structuration de nouvelles offres/demandes (ex : enduro, sentiers d'interprétation ou pédagogique...)
- développer de nouveaux sentiers/parcours de randonnée pédestres, équestres pour répondre aux demandes des clientèles touristiques. Les promouvoir.
- développer "Sous la ligne Bleue" : nouveaux parcours et nouveaux villages, parcours plus ludiques pour familles, parcours plus sportifs
- décliner les plaquettes éditées par le département pour les nouveaux sentiers (parcours)
- associer des manifestations à la randonnée : balade gourmande, sentiers gourmands (cf. fiche action n°18)
- travailler sur les pistes cyclables
- réfléchir à la mobilité en lien avec l'OGS
- inscrire un maximum de sentiers de randonnées dans le PDIDR (Plan départemental des itinéraires de promenade et de randonnée) ou dans l'entretien par CoDeRando 90.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Travailler avec de porteurs de projets, les communes, la commission tourisme au moins pour identifier tous les sentiers gérés uniquement par les communes
- piste cyclable à Giromagny : comment poursuivre la ballade et donner envie de venir à Giromagny ? idée d'animation le long de la piste cyclable ou point de chute à Giromagny ?

TEMPORALITÉ : Court / Moyen / Long

PRIORITE : Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Balisage 90, club vosgien, associations locales
- PNRBV, Département 90

FACTEURS DE REUSSITE

- Allouer un budget pour la promotion

EVALUATION

- Nombre de nouveaux sentiers
- Nombre et satisfaction des randonneurs/cyclistes/cavaliers sur les sentiers
- Mise à jour et édition des fiches (cf promotion fiche 26)

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

AXES STRATÉGIQUES - SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

AXE 3

REPENSER LA DIFFUSION DE L'INFORMATION TOURISTIQUE SUR LE TERRITOIRE

OBJECTIF 1

Développer l'accueil touristique du territoire

OBJECTIF 2

Développer la stratégie de communication du service tourisme

AXES STRATÉGIQUES - SCHÉMA DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

AXE 3

Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

OBJECTIF 1

Développer l'accueil touristique du territoire

- **Action n°20 :** Construire une **démarche d'accueil hors les murs** sur le territoire
- **Action n°21: Adapter l'ouverture du BIT** en fonction de la nouvelle organisation de la diffusion hors les murs
- **Action n°22** : Proposer aux **socioprofessionnels de participer à la promotion touristique** du territoire
- **Action n°23 : Signalétique**

OBJECTIF 2

Développer la stratégie de communication du service tourisme

- **Action n°24 :** Gérer **l'application informatique Décibelles Data** au niveau du territoire
- **Action n°25 :** Repenser les **outils de communication numérique**
- **Action n°26 :** Participer à la **promotion de l'offre touristique du territoire**

Axe 3 Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

Objectif 1 Développer l'accueil touristique du territoire

ACTION N°20 CONSTRUIRE UNE DÉMARCHE D'ACCUEIL HORS LES MURS SUR LE TERRITOIRE

DESCRIPTION

Constat : le bureau d'information touristique (BIT) à Giromagny est très peu fréquenté par les touristes, seulement 667 demandes au bureau en 2023 pour 509 visiteurs, 542 demandes en 2024 pour 423 visiteurs. L'accueil touristique dans un bureau d'information ne correspond plus pleinement au parcours client d'aujourd'hui. En effet, de moins en moins de touristes franchissent les portes d'un BIT et le service tourisme a besoin, pour capter les touristes, de s'adapter à sa consommation et de se déplacer là où le touristes se trouvent.
Préconisation : avoir des accueils touristiques du territoire là où les touristes se trouvent sur le territoire et ainsi construire une démarche d'accueil hors les murs.
Objectifs :

- communiquer plus pertinemment
- utiliser de manière plus efficiente des techniciens
- rendre la diffusion de l'information pertinente et utile
- aller là où les visiteurs se trouvent/aller au contact des voyageurs et des touristes
- adapter les méthodes de promotion/diffusion

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Lister l'ensemble du matériel nécessaire pour un accueil hors les murs et faire valider la fiche budget par le DGS et le Président
- Planifier sur une année les lieux de présence de l'accueil hors les murs et leurs dates en coordination avec les communes (présence nécessaire de chaque commune)
- Tester et évaluer le concept - présenter les résultats en commission tourisme

COMMENTAIRES

Avoir un Point Information Touristique (PIT) à la maison du tourisme au BA et au camping (selon un calendrier prédéfini). Avoir PIT lors des manifestations et des événements. Avoir des hébergeurs qui proposent des flyers des activités touristiques.

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Elus de la commission tourisme
- SMIBA + partenaires locaux (mairies, camping, etc.)

FACTEURS DE REUSSITE

- Coordination avec les communes et les professionnels du territoire + évènementiel
- Choisir des lieux déjà fréquentés par les touristes (dont maison du tourisme BA). Avoir une visibilité du stand de la CCVS lors des événements

EVALUATION

- Nombre d'accueils hors les murs réalisés
- Nombre de demandes par les touristes au bureau d'accueil hors les murs
- Satisfaction des touristes sur l'accueil hors les murs

COÛTS PRÉVISIONNELS

- Préciser enveloppe budgétaire prévisionnelle

Axe 3 Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

Objectif 1 Développer l'accueil touristique du territoire

ACTION N°21 ADAPTER L'OUVERTURE DU BIT EN FONCTION DE LA NOUVELLE ORGANISATION DE LA DIFFUSION HORS LES MURS

DESCRIPTION

Constat : le bureau d'information touristique (BIT) situé à Giromagny est très peu fréquenté par les touristes, seulement 667 demandes au bureau en 2023. L'accueil touristique dans un bureau d'information ne correspond plus pleinement au parcours client d'aujourd'hui. En effet, de moins en moins de touristes franchissent les portes d'un BIT et le service tourisme a besoin, pour orienter les touristes, de s'adapter à sa consommation et de se déplacer là où le touriste se trouve.
Le service tourisme va donc tester en 2025 un dispositif d'accueil hors les murs.

Préconisation : en fonction des résultats du test d'accueil hors les murs en 2025, adapter les jours et horaires du BIT situé à Giromagny afin de préserver les ressources humaines aux bons endroits.

Objectif : diversité et qualité d'accueil.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Tester et évaluer en 2025 l'accueil hors les murs
- Ecrire la projection d'ouverture du BIT pour 2026
- Présenter la proposition d'ouverture en commission tourisme
- Adapter les horaires et les activités du BIT avec celles avec le BIT du Ballon d'Alsace, éventuellement avec celles BIT des territoires voisins
- Tirer des conclusions de l'existence du BIT à Giromagny

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Commission tourisme de la CCVS

FACTEURS DE REUSSITE

- Tester l'accueil hors les murs en 2025
- Communication du projet d'adaptation de l'ouverture du BIT auprès des élus et socioprofessionnels

EVALUATION

- Nombre d'accueil au BIT
- Nombre de demande par les touristes au BIT
- Satisfaction des touristes sur l'accueil

COMMENTAIRES

- Prendre en compte les préconisations du Schéma d'Accueil et de gestion des Fréquentations du Projet de Grand Site Massif du Ballon d'Alsace, notamment dans une idée de mutualisation des moyens et du travail sur les "portes d'entrée" du Grand Site, Giromagny étant une ville identifiée comme une porte d'entrée.

Axe 3 Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

Objectif 1 Développer l'accueil touristique du territoire

ACTION N°22 PROPOSER AUX SOCIOPROFESSIONNELS DE PARTICIPER À LA PROMOTION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

DESCRIPTION

Constat : les socioprofessionnels et notamment les hébergeurs nous ont fait part de leur volonté de participer à la promotion de l'offre touristique de leur territoire, d'être acteur dans la diffusion de l'information.

Préconisation : impliquer les hébergeurs et les restaurateurs dans la promotion touristique

Objectif : les socioprofessionnels (=ambassadeurs) participent à la diffusion de l'information touristique auprès de leur clientèle.

Exemples : QR code sur dessous de table restaurateur avec renvoi sur site internet tourisme CCVS, livret d'accueil hébergeur avec offre touristique de la CCVS, lettre d'actualité des manifestations; socioculturel comme porte d'entrée OGS, etc.

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Bonne connaissance de l'offre touristique
- lettre d'information, agenda des manifestations, bourse aux documents à destination des socioprofessionnels
- Lien à affiner avec les socioprofessionnels
- fiche action liée : recensement (16), rencontrer mettre en réseau (17), faire connaitre le service (13)

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Socioprofessionnels

FACTEURS DE REUSSITE

- Rencontre et bonne communication auprès des socioprofessionnels
- Outils numérique à créer (lettre d'actualité), et à mettre à jour (site web)

EVALUATION

- Qualité d'accueil des touristes par les socioprofessionnels
- Satisfactions des socioprofessionnels
- Nombre de nuitées, de repas
- Statistiques

Axe 3 Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

Objectif 1 Développer l'accueil touristique du territoire

ACTION N°23 SIGNALÉTIQUE

DESCRIPTION

Constat : être doté d'une bonne signalétique directionnelle et de site fait partie des fondamentaux d'un accueil de qualité. Harmoniser la signalétique selon une charte définie. Se doter d'une signalétique touristique contribue également à l'affirmation du secteur touristique auprès des habitants

Préconisation :

- utiliser les partenaires compétents par exemple PNRBV, DDT, CD90

Objectifs :

- répondre aux besoins d'orientation des usagers vers les sites et des prestataires
- faire de la qualité d'accueil
- harmoniser la signalétique
- aider au développement de la signalétique (fort Dorsner, camping de la seigneurie)
- valoriser les sentiers de randonnée
- affirmer la vocation touristique du Nord du Territoire de Belfort auprès des clientèles touristiques et aussi auprès des habitants de la CCVS et du Territoire de Belfort

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Identification des besoins
- Connaitre :
  - schéma d'accueil et de fréquentation du PNRBV dans le cadre de l'OGS
  - schéma départemental de signalisation ou schéma directionnel (Existe-il ?)
  - réglementation sur la signalétique extérieure

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- PNRBV
- DDT

FACTEURS DE REUSSITE

- **définir quelles sont les compétences de la CCVS en matière de signalétique**

EVALUATION

Satisfaction des socioprofessionnels et des acteurs du tourisme

Axe 3 Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

Objectif 2 Développer la stratégie de communication du service tourisme

ACTION N°24 GERER L'APPLICATION INFORMATIQUE DÉCIBELLES DATA AU NIVEAU DU TERRITOIRE

DESCRIPTION

Constat : Décibelles Data est une plateforme informatique de base de données (plateforme régionale de gestion de l'information touristique) qui permet aux acteurs du tourisme (BT, marque Massif des Vosges, Destination Ballon d'Alsace, etc.) de saisir, collecter et exploiter les données touristiques de leurs territoires. Ces données sont ensuite mises à disposition de tous les acteurs du tourisme, ce qui permet de regrouper en un seul endroit toutes les informations touristiques nécessaires et de les maintenir toujours à jour. Décibelles Data alimente ainsi les sites internet touristique des territoires l'utilisant.
Actuellement c'est Belfort Tourisme qui par le biais d'une convention administre la plateforme en lien avec ses territoires infra-départementaux.
Préconisation : intégrer la compétence de gestion de Décibelles Data en interne permettra au service tourisme de maitriser pleinement les offres de son territoire et leur promotion.
Objectif :

- maitriser la promotion et la développer au niveau régional du site https://pros.bourgognefranchecomte.com/accompagner-les-professionnels-du-tourisme/outils/decibelles-data/

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Former les agents pour administrer Décebilles Data
- Revoir la convention avec Belfort Tourisme (fiche 11.3)
- Etre relais auprès des acteurs socioprofessionnels pour remplir la base de données
- Informer les acteurs locaux du besoin du service tourisme de connaissance de leur activité pour mieux référencer (cf fiches actions 15 et 16)

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ : (Court) / Moyen / Long

PRIORITE : (Essentielle) / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Belfort Tourisme
- CRT Bourgogne Franche Comté
- Référents Décibelles Data

FACTEURS DE REUSSITE

- Mise à jour trimestrielle et annuelle
- Temps de formation des agents sur la plateforme
- Lien avec les socioprofessionnels
- Statistiques d'audience

EVALUATION

- Reprise en main de la compétence par le service tourisme de la CCVS

Axe 3 Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

Objectif 2 Développer la stratégie de communication du service tourisme

ACTION N°25 REPENSER LES OUTILS DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE

DESCRIPTION

Constat : le service tourisme des Vosges du Sud communique numériquement sur son offre uniquement via une page dédiée au tourisme sur le site institutionnel de l'intercommunalité.

Préconisations : développer des outils de communication numérique plus adaptés au parcours client actuel :

- site internet de destination ou pages spécifiques + rubriquage
- pages sur les réseaux sociaux

Le service tourisme des Vosges du Sud est partenaire de la destination "Escapades en Vosges du Sud" il est nécessaire de travailler avec le collectif "Vosges du Sud", des besoins communs en communication existant avec d'autres offices de tourisme de cette destination.

Objectifs : mieux communiquer, être attrayant, mettre en valeur tous les acteurs

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Déterminer les besoins en communication numérique de la CCVS et les moyens pouvant être projetés
- Contacter BFC Tourisme, Belfort Tourisme et Destination 70 s'occupant de la destination "Escapades en Vosges du Sud"
- Si création d'un site internet, se faire accompagner pour la création
- Améliorer le rubriquage et le contenu des pages existantes du site web

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir

TEMPORALITÉ :

Court / Moyen / Long

PRIORITE :

Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- BFC Tourisme
- Destination 70, SMIBA...
- Tous les sites Internet et réseaux sociaux possibles

FACTEURS DE REUSSITE

- Accompagnement par des professionnel de la communication numérique

EVALUATION

- Statistiques d'audience

Axe 3 Repenser la diffusion de l'information touristique sur le territoire

Objectif 2 Développer la stratégie de communication du service tourisme

ACTION N°26 PARTICIPER À LA PROMOTION DE L'OFFRE TOURISTIQUE DU TERRITOIRE

DESCRIPTION

Constat : le CCVS possède des pépites sur son territoire qui ne sont pas assez mises en avant : musée de la forge, fort Dorsner, golf, camping, château de Rougemont, communes, patrimoine et aussi les équipements, les hébergements, les restaurants, les bars, les producteurs, les événements, les marchés, le marché de terroir, les équipements intercommunaux. Seuls les associations, organismes et acteurs socioprofessionnels ne peuvent pas se développer et rayonner.

Préconisations :

- la CCVS doit les mettre en avant auprès des organismes avec lesquelles elle conventionne (BT, Massif des Vosges)
- la CCVS peut les accompagner, soutenir, conseiller, dès lors que leurs actions s'inscrivent dans l'intérêt communautaire (subventions...)

Objectifs :

- accompagner les associations, organismes sur la promotion de leur activité
- mieux mettre en valeur la promotion touristique des sites patrimoniaux et l'histoire locale
- faciliter la mise en réseau des acteurs locaux pour contribuer au développement de l'activité (ex : pass tourisme - bons d'entrée hébergeurs)
- promouvoir grands événements (Tour de France, journées du patrimoine, fête du vélo...)
- promouvoir activités de loisirs, marchés de produits locaux, marché de terroir, marchés de Noël

ETAPES-CLÉS DE MISE EN OEUVRE

- Promotion du patrimoine (orgues, églises...), des pépites et sites (Fort, Forge, Golf)
- Promotion des évènements : marchés, , marché de terroir Etueffont et producteurs locaux
- Promotion des activités de loisirs
- Lister les équipements à promouvoir (ex : piscine, médiathèque)
- Contacter les responsables des équipements pour se mettre en accord sur la promotion et les relations à entretenir
- Déterminer les supports de communication : brochures, site Internet, réseaux sociaux...
- Intégrer systématiquement le service communication dans les projets transversaux de développement économique, touristique qui s'inscrivent dans un service à la population

TEMPORALITÉ : Court / Moyen / Long

PRIORITE : Essentielle / Moyenne / Secondaire

PILOTE ET PARTENAIRES MOBILISABLES

- Service tourisme de la CCVS
- Service communication

FACTEURS DE REUSSITE

- Promotion des activités
- Décibelles Data (fiche action 23)
- Nouer une relation avec les responsables des équipements intercommunaux

EVALUATION

- Statistiques d'audience
- Nombre de nuitées, de repas

COÛTS PRÉVISIONNELS

- A définir