Communauté de Communes des Hautes Vosges

HAUTES VOSGES

Schéma de développement économique et touristique

créa space Des espaces pour entreprendre

DU RÊVE MAÎTRES
INGÉNIERIES TOURISTIQUE & CULTURELLE
PROGRAMMATION
ASSISTANCE À LA MAÎTRISE D'OUVRAGE

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES ET DES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOLIDAIRE

Ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales
Ministère de la transition écologique et solidaire

Phase 3, Définition de la stratégie

Diffusé le 29/10/2019

SOMMAIRE

PRÉAMBULE **-3**

RETOUR SUR LES ATELIERS **-5**

L'ATELIER N°1 -6

L'ATELIER N°2 -11

STRATÉGIE CONCERTÉE **-15**

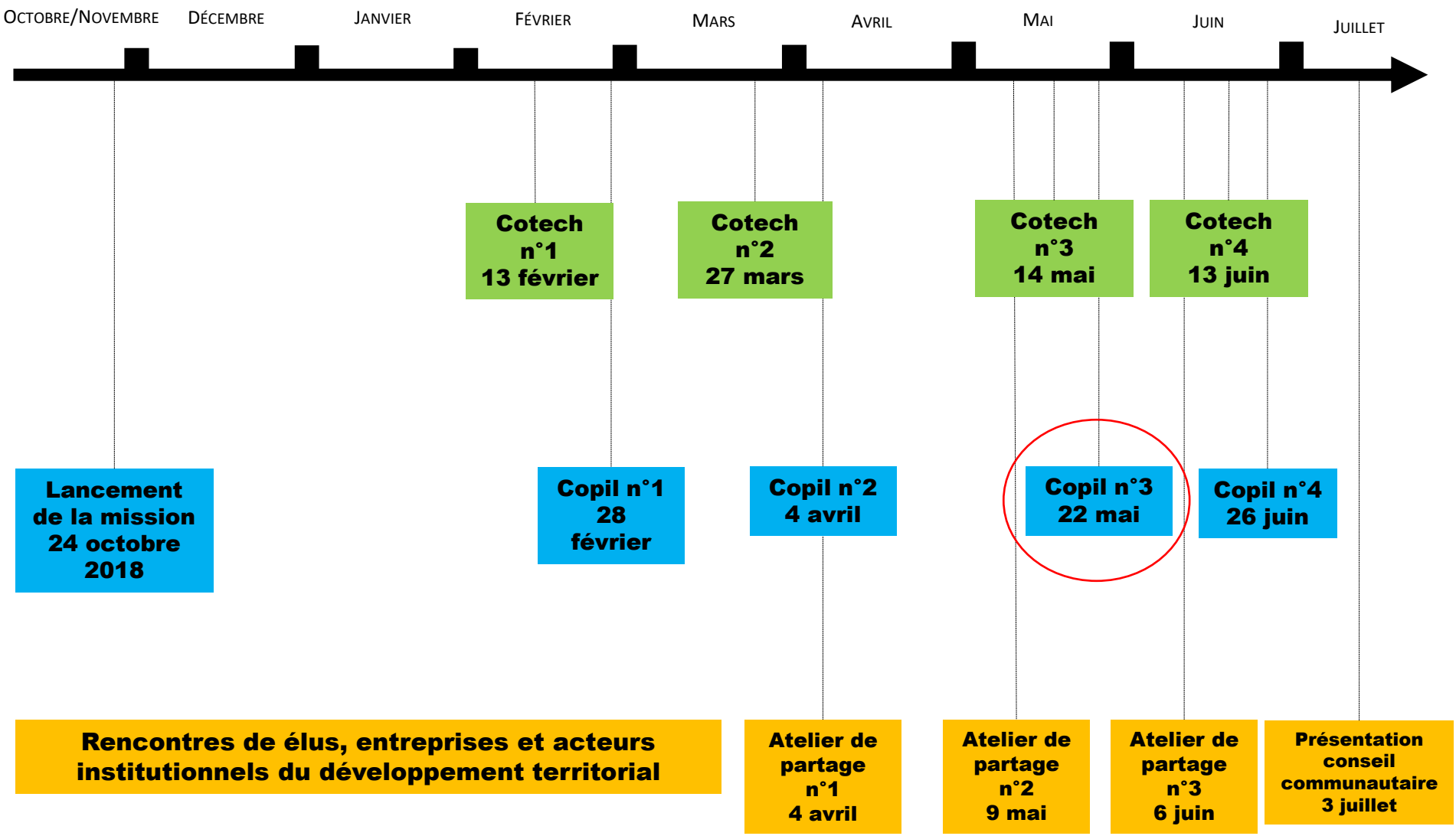
LES AXES STRATÉGIQUES **-20**

ZOOM SUR LA PROMOTION DU TERRITOIRE -23

LES PROCHAINES ÉTAPES **-34**

PRÉAMBULE

DÉROULÉ DE LA MISSION



RETOUR SUR LES ATELIERS

CC des Ballons

CC des Ballons des Hautes-Vosges

Atelier n°1

- Plus de 50 participants
- Travail par table autour de 6 *personae* déterminants, points forts, points faibles, enjeux prioritaires

4 AVRIL, 19H, LA BRESSE

1.Chef-fe créateur-rice d'entreprise

2. Famille Muller: premières vacances d'hiver dans les Vosges

3. Le groupe d'amis, jeunes actifs : en week-end en aile de saison

4. Le sportif : qui vient pour un évènement dans les Vosges

5.Résidents

EN INTERNE :

Entretenir et renforcer les acquis qui font la force et l'identité du territoire

VIS-À-VIS DE L'EXTÉRIEUR :

Manifester les ressources et les vecteurs d'opportunité qui font l'originalité du territoire et nourrissent son développement

HABITANTS

PROXIMITÉ ET MOBILITÉ

- Faciliter les déplacements en dehors du tout voiture
- Valoriser les circuits-courts et les productions du territoire auprès des entreprises et des habitants
- Garantir des services de proximité

PRÉSERVATION ET USAGES D'UN CADRE DE VIE AU NATUREL

- Acter des actions de développement et d'aménagement cohérentes avec le maintien d'un cadre de vie qualitatif
- Sensibiliser les habitants et acteurs aux enjeux environnementaux

ACCESSIBILITÉ ET USAGES DU NUMÉRIQUE

- Accompagner l'usage et la maîtrise des outils du numérique
- Développer l'usage du numérique auprès des professionnels du tourisme et économiques

PROFESSIONNELS

PROFESSIONNALISATION ET MISE EN RÉSEAU

- Créer un réseau d'accompagnement des entreprises
- Se concerter, apprendre à se connaître et à travailler ensemble à partir d'outils communs
- Moderniser les pratiques des professionnels pour une meilleure efficacité et des prestations de qualité

DIVERSIFICATION ET QUALIFICATION

- Déployer l'offre de loisirs, notamment *indoor* et révéler l'histoire et le patrimoine du territoire
- Favoriser la prise d'initiatives dans le renouvellement des pratiques de production artisanale et industrielle
- Favoriser la rénovation des hébergements, voire la montée en gamme pour une offre en accord avec son environnement
- Développer une culture de l'accueil qualitative qui entretienne l'esprit de convivialité et de rencontre

FUTUR HABITANT/VISITEUR/ENTREPRENEUR

VISIBILITÉ ET ATTRACTIVITÉ

- Rendre visible la qualité et la diversité des métiers présents sur le territoire
- Vendre le territoire auprès d'acteurs économiques et de clientèles en rendant visibles les conditions d'accueil et d'accompagnement

IMAGE ET COMMUNICATION EN COHÉRENCE AVEC LE TERRITOIRE

- Aligner les marques de promotion du territoire pour une meilleure lisibilité
- Garder une cohérence entre l'image voulue et perçue d'un territoire de nature et préservé
- Initier une communication plus interactive et homogène à l'échelle du territoire

ACCESSIBILITÉ ET MOBILITÉ

- Développer les aménagements en faveur des mobilités douces (vélo notamment)
- Mettre en place des services facilitateurs pour des déplacements collectifs alternatifs

PROFESSIONNELS

ACCOMPAGNEMENT ET SERVICES

- Développer des services d'accompagnement à la découverte et d'appui aux démarches de création/reprise d'entreprise (aide au recrutement, etc.)

DÉVELOPPEMENT PAR LE NUMÉRIQUE

- Renforcer l'attractivité du territoire par un accès accru et qualitatif au numérique
- Accompagner les acteurs dans la maîtrise et le développement d'usages autour du numérique

ACCUEIL ET PRATICITÉ

- Créer des conditions matérielles de qualité pour accueillir sur le territoire et rendre possible des installations durables
- Produire des immobiliers économiques adaptés aux petites entreprises

Atelier n°2

- Plus de 45 participants
- Travail par table autour de 5 thématiques stratégiques choisies, débat autour d'actions potentielles et prioritaires

9 MAI, 19H, GÉRARDMER

1. Promouvoir le territoire et avec quelle image

2. Développer une culture de l'accueil

3. Quelle place donner à l'initiative et à l'innovation ?

4. Attirer les jeunes actifs sur le territoire

5. Favoriser la mobilité de proximité et revendiquer une meilleure desserte

Enjeux du changement climatique et du respect des paysage doit imprégner l'ensemble des axes de la stratégie

1. Promouvoir le territoire et avec quelle image

Constat : un territoire perçu comme « nature et écologique », mais le vécu est souvent différent.
2 dimensions propres au territoire :

- « Ilot nature à part, montagne humaine, facile » ;
- « Terre d'aventure avec une multiplicité d'activités en proximité »

Orientations à tenir :

- Une exemplarité de terrain, terreau d'une promotion valorisante pour le territoire (gestion des déchets, notamment)
- Un ligne directrice autour du bien-être et de la santé : « un territoire où l'on respire »

Actions à mener :

- Moderniser les outils : approche thématique dans la hiérarchisation des informations, marketing affectif, etc.
- Réaliser une/des vidéo(s) promotionnelle(s) soulignant le côté nature des Vosges à diffuser auprès des médias et sur les réseaux sociaux

2. Développer une culture de l'accueil

Actions à mener :

- Créer un guichet unique destiné aux entreprises et habitants
- Disposer d'un outil de facilitation à l'installation
- Amorcer une mise en commun des opportunités foncières publiques et locatives pour créer des conditions matérielles d'aide à l'installation
- Initier une démarche professionnalisation par l'Office de Tourisme
- Créer un club d'entreprises du territoire pour mailler un réseau d'interconnaissance
- Instituer un réseau de *greeters* (ambassadeurs populaires) pour appuyer une démarche d'accueil humaine et conviviale
- Référencer les savoir-faire du territoire et leurs opportunités professionnelles et touristiques à partir d'un document papier et numérique

3.
Quelle place donner à l'initiative et à l'innovation ?

Constat : Nécessité de favoriser les initiatives sur le territoire selon deux orientations

- Faciliter le parcours du nouveau arrivant
- Faciliter le quotidien du nouveau résident/entrepreneur

Actions à mener :

- Créer un lieu entrepreneurial (tiers lieu, pépinière) pour encourager les porteurs de projet et faciliter les relations entre les différents porteurs de projet
- Créer un point d'accueil/guichet unique, soit physique, soit au format d'une plateforme numérique associant des démarches de recensement et de prise de connaissance du territoire
- Augmenter le financement « volet montagne » et plus largement, obtenir des soutiens financiers
- Agir sur les règlementations locales (PLU-PLUi) pour mieux s'adapter aux demandes
- Accompagner dans les formalités auprès de l'Etat au moment de l'installation/ foncier disponible

- Donner de la visibilité et valoriser les structures et produits paysans (bio-transformation, circuit-court, vente directe (magasins, artisans))
- Innover dans la technologie verte (batterie sur outils, panneaux photovoltaïques, mise en place d'une charte de bonne pratique)
- Mettre en réseau et se faire connaître par la création d'association autour des GR de pays, de l'évènementiel et des actions de communication impactantes, notamment à partir du slogan « Je vois la vie en Vosges »

4.
Attirer les jeunes actifs sur le territoire

Constat :
- Difficulté de logement
- Parcours du combattant pour les investisseurs
- Difficulté à attirer les créateurs d'entreprises

Actions à mener :
- Un office du travail, avec des outils de connaissances (logements vacants/libres, filières, etc.)
- Proposer des logements chez l'habitant pour les apprentis ou réservés aux jeunes actifs
- Perpétuer la dynamique des éductours faisant la promotion du territoire
- Compléter et améliorer qualitativement l'offre de services : internet, écoles, culture, mobilité, services pour les familles, etc.

- Créer un réseau de professionnels interconnecté toutes activités confondues pour favoriser le lien, voire développer la pluriactivité
- Encourager le développement de l'apprentissage
- Favoriser les projets agro-touristiques

5.
Favoriser la mobilité de proximité et revendiquer une meilleure desserte

Actions à mener :

- Aménager des aires de co-voiturage pour favoriser les initiatives et initier un auto-stop sécurisé
- Structurer un réseau de pistes et des itinéraires cyclables, associés à des garages à vélo
- Développer un réseau de personnes bienveillants (services à destination des personnes âges ou sans véhicules)
- Adapter une offre de services pour les personnes à handicap

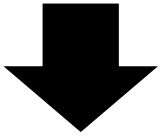
- Faire valoir auprès de la Région l'intérêt de développer des transports depuis les gares
- Développer les services à la demande
- Développer les transports en commun à des horaires adaptés
- Intensifier le service des navettes de desserte des domaines skiables (vallées-stations), voire les associer à des navettes communales (Navette des Crêtes)

STRATÉGIE CONCERTÉE

1. Enjeux issus des 2 phases du diagnostic territorial

2. Enjeux issus des échanges et des ateliers

3. Des projets, en cours, en réflexion



Axes stratégiques

DÉMULTIPLIER L'IMPACT DE PROJETS PAR UNE STRATÉGIE

DE PROJETS…

- ✓ Programmation et extension des musées du bois et du textile
- ✓ Parcours terroir, forêt et herbes initiatiques

- ✓ Création d'un centre de sylvo-thérapie
- ✓ Ouverture du centre d'accueil de la Route des Crêtes
- ✓ Tiers-lieu entrepreneurial

- ✓ Repositionnement station Ventron
- ✓ Équipements, immobiliers partagés
- ✓ Projet de centre aqua-ludique

- ✓ Emergence de maison de services publics, de maison de santé
- ✓ Initiatives innovantes de développement de production d'énergies renouvelables

- ✓ Une intercommunalité de projet en quelques plans
- ✓ Des collectifs porteurs

- ✓ Renouvellement des friches
- ✓ Projets de locaux et équipements partagés
- ✓ Montée en gamme de l'hôtel Interlaken

… À LA STRATÉGIE

METTRE EN RÉCIT LA COMMUNAUTÉ DES HAUTS VOSGIENS, UNE FAÇON SINGULIÈRE D'ÊTRE AU MONDE

CULTIVER L'ART DE VIVRE ET D'ENTREPRENDRE AU NATUREL

L'EXPÉRIENCE INCLUSIVE HAUTES VOSGES, BIEN ÊTRE ET AUDACES EN TOUTE SAISON

AMÉLIORER LE MAILLAGE DES SERVICES D'UNE RURALITÉ BONNE À VIVRE EN DÉPASSANT LE « TOUT VOITURE »

SE CONNECTER POUR MIEUX PARTAGER

PROPOSER À CHACUN SA FAÇON DE SÉJOURNER EN HAUTES VOSGES

En guise d'illustration des expériences à vivre demain en Hautes Vosges…

UNE MONTAGNE

- Un terrain de jeu proche et familial
- Un relief refuge, modelé pour inspirer l'harmonie des extrêmes
- Une montagne aux ondes bienveillantes
- La Force d'une nature à énergie positive
- Une agriculture, un artisanat, une industrie qui cultivent paysages et savoir-faire de terroir
- Une tradition d'accueil multiforme mise au défi de l'adaptation

DES VALLÉES

- Un bassin de vie dense, agréable maillé de services a mieux valoriser comme bassin d'emploi permanent
- Des filières textile, bois, agroalimentaire,… ouvertes a la modernité le long des voies d'eau et axes routiers
- Un esprit villageois et connecté pour un séjour ressourçant
- Une capacité d'accueil au défi de l'adaptation aux attentes nouvelles

Améliorer le maillage des services d'une ruralité bonne à vivre en dépassant le « tout voiture »

Mettre en récit la communauté des hauts Vosgiens, une façon singulière d'être au monde

Cultiver l'art de vivre et d'entreprendre au naturel

L'expérience inclusive hautes Vosges : bien être et audaces en toute saison

Se reconnecter à soi et au monde pour mieux partager

Proposer à Chacun sa façon de Cocooner en hautes Vosges

LES AXES STRATÉGIQUES

1. **RÉVÉLER UN ART DE VIVRE AU NATUREL ET PROMOUVOIR UNE MONTAGNE 4 SAISONS ET RICHE DE FILIÈRES DENSES ET ACTIVES**

2. **QUALIFIER L'ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS ET LEURS ACCOMPAGNEMENTS PROFESSIONNELS ET TOURISTIQUES**

3. **TIRER PARTI DE L'HÉRITAGE INDUSTRIEL ET TOURISTIQUE POUR L'ADAPTER AUX DÉFIS DES ATTENTES CONTEMPORAINES ET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE**

4. **RÉVÉLER LE POTENTIEL DE CRÉATION ET D'INNOVATION POUR RÉGÉNÉRER LE TISSU ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE**

5. **CONSTRUIRE ET INTENSIFIER LES RÉSEAUX DU TERRITOIRE, EN CONNEXION AUX PARTENARIATS NÉCESSAIRES**

6. **RENFORCER LA PAROLE DU TERRITOIRE POUR DÉFENDRE LES INTÉRÊTS DE SON TERRITOIRE ET CONTRIBUER À DES PROJETS À DES ÉCHELLES PLUS LARGES**

AXES STRATÉGIQUES	ENJEUX ÉCONOMIQUES	ENJEUX TOURISTIQUES
1 **RÉVÉLER UN ART DE VIVRE AU NATUREL ET PROMOUVOIR UNE MONTAGNE 4 SAISONS ET RICHE DE FILIÈRES DENSES ET ACTIVES**	• FORMALISER UNE IMAGE ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE • RÉVÉLER LA DIVERSITÉ DES FILIÈRES, MÉTIERS ET OPPORTUNITÉS PRÉSENTES SUR LE TERRITOIRE • ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE	• HARMONISER ET METTRE EN COHÉRENCE L'IMAGE DU TERRITOIRE PAR RAPPORT À SES VALEURS (CHOIX D'UNE MARQUE OMBRELLE ?) • DÉVELOPPER ET MODERNISER LES OUTILS DE PROMOTION DU TERRITOIRE À L'IMAGE DE LA NOTORIÉTÉ TOURISTIQUE DU TERRITOIRE (VITRINE NUMÉRIQUE, RÉSEAUX SOCIAUX) • CRÉER UN OUTIL D'INTERACTIVITÉ ENTRE PROFESSIONNELS (PARTAGE, ACTUALITÉS, DÉPANNAGE, ETC.)

Rappel du diagnostic

LA PROMOTION DU TERRITOIRE : UNE EXIGENCE DE LISIBILITÉ ASSORTIE DE MOYENS

ÉCHELLE 1 LES VOSGES
Région Grand Est
Conseil Départemental

ÉCHELLE 2 MASSIF DES VOSGES
Commissariat de Massif
SIVU
Lorraine Tourisme (Grand Est)
PNR Ballons des Vosges

ÉCHELLE 3 HAUTES-VOSGES
Communauté de communes
Lorraine tourisme

ÉCHELLE 4 STATIONS : La Bresse, Gérardmer…
Communes via OT et gestionnaires

POSITIONNEMENTS TOURISTIQUES des marques

SUPRA-COMMUNAUTAIRE

HAUTES-VOSGES,
ENTRE LAC ET MONTAGNES
(Lorraine Tourisme)

MASSIF DES VOSGES
(Lorraine Tourisme)

MONTAGNE HAUTES-VOSGES
(SIVU)

JE VOIS LA VIE EN VOSGES
(Département)

PNR BALLONS DES VOSGES
(PNRBV)

INTRA-COMMUNAUTAIRE

HAUTES-VOSGES GÉRARDMER
(Office de Tourisme Intercommunal)

LA BRESSE HAUTES-VOSGES
(Office de Tourisme La Bresse)

EXTRA-COMMUNAUTAIRE

EPINAL, CŒUR DES VOSGES

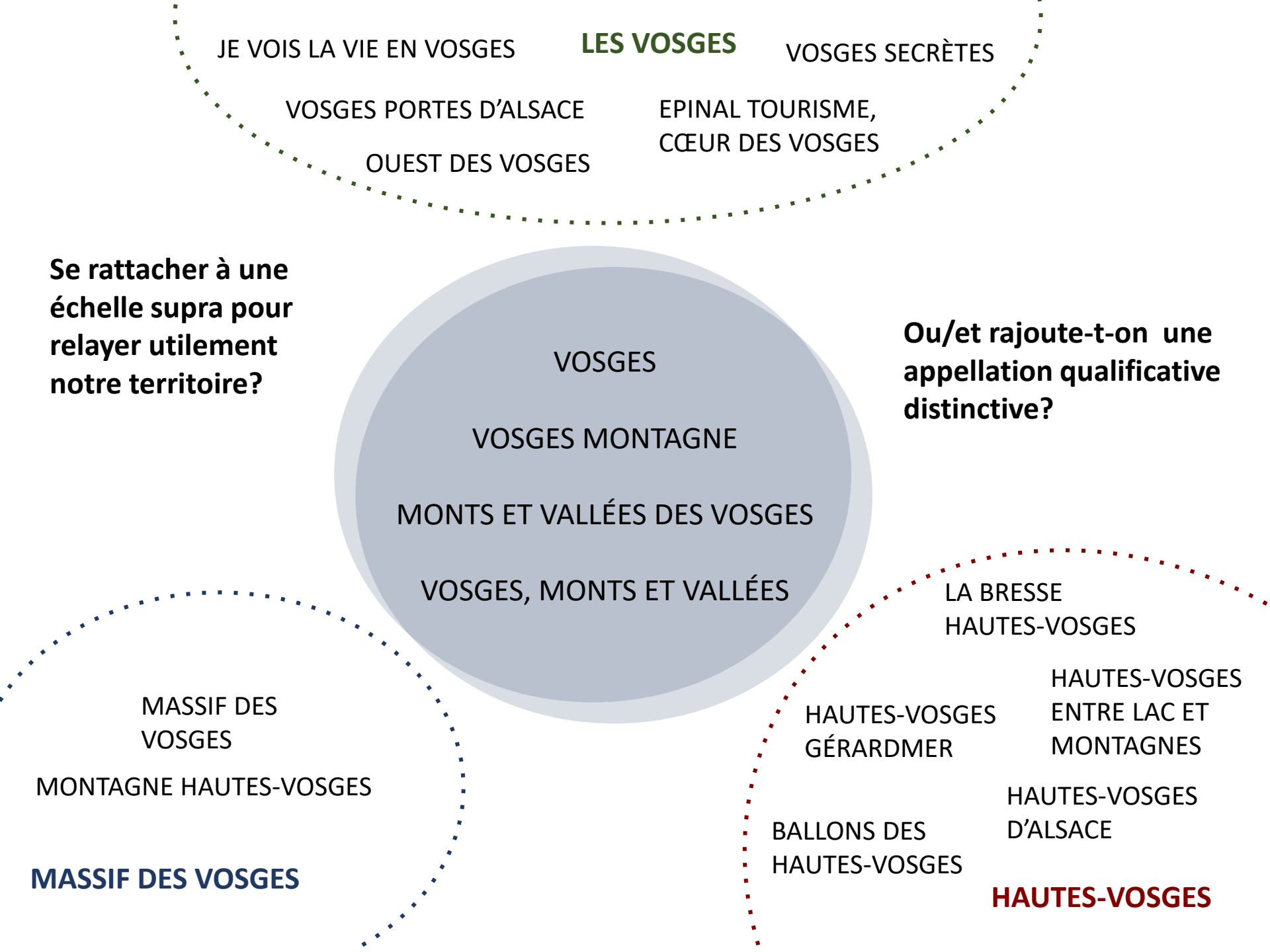
VOSGES PORTES D'ALSACE
(Saint-Dié des Vosges, Plainfaing…)

BALLONS DES HAUTES-VOSGES
(Bussang, Saint Maurice sur Moselle)

VOSGES SECRÈTES
(Remiremont, Plombières-les-Bains…)

HAUTES-VOSGES D'ALSACE
(Thann, Cernay, Masevaux..)

OUEST DES VOSGES
(Grand, Vittel, Contrex…)


JE VOIS LA VIE EN VOSGES
LES VOSGES
VOSGES SECRÈTES
VOSGES PORTES D'ALSACE
EPINAL TOURISME, CŒUR DES VOSGES
OUEST DES VOSGES
Se rattacher à une échelle supra pour relayer utilement notre territoire?
VOSGES
VOSGES MONTAGNE
MONTS ET VALLÉES DES VOSGES
VOSGES, MONTS ET VALLÉES
Ou/et rajoute-t-on une appellation qualificative distinctive?
MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE HAUTES-VOSGES
MASSIF DES VOSGES
LA BRESSE HAUTES-VOSGES
HAUTES-VOSGES ENTRE LAC ET MONTAGNES
HAUTES-VOSGES GÉRARDMER
HAUTES-VOSGES D'ALSACE
BALLONS DES HAUTES-VOSGES
HAUTES-VOSGES

À NOTRE AVIS

→ Le positionnement fouillis de la marque Hautes-Vosges par ailleurs non assortie de moyens suffisants de promotion, n'apporte pas de solution pour créer une destination touristique à l'échelle institutionnelle de la CC Hautes Vosges (de Lorraine).

→ Hautes Vosges n'a pas d'existence en termes de territoire d'accueil économique à ce jour et l'économie méconnait les frontières institutionnelles.

Tout tend à **privilégier le rattachement du territoire institutionnel à une échelle dotée des bons moyens de promotion** et se servant de l'image touristique pour révéler un cadre d'accueil entrepreneurial méconnu.

Décréter un ralliement à une formule unique?
La CC n'a pas les moyens à elle seule de promouvoir une destination touristique Hautes-Vosges (de Lorraine) compte tenu que Hautes Vosges d'Alsace existent avec une certaine légitimité, avec le ballon et une partie des crêtes.

→ La CC peut **inciter à CONVERGER** vers plus de simplicité et nouer les partenariats utiles à cette fin assortis de moyens adaptés.

À NOTRE AVIS

➔ **La simplicité invite à garder Vosges en repère partagé**.

Les qualificatifs secondaires apparaissent en déclinaison (graphique, de texture,…)

Ainsi :

- *Hautes* Vosges : exprime l'élévation qui est déjà implicite dans les Vosges pour le visiteur, et rattache plus au ballon alsacien plus élevé
- *Massif* des Vosges : intraduisible, implicite en français dans le mot Vosges,
- Vosges *La Bresse*, Vosges *Gérardmer*, …intérêt à tendre à un code commun
- *Je vois la vie en* Vosges très reconnu par les professionnels et apportant une connotation positive aux Vosges : exprime un programme plus qu'une destination
- *PNR Ballons des* Vosges: qualificatif plus institutionnel et de label PNR garant d'une certaine qualité de parc

Mise en débat et réactions

Différentes positions ont été défendues, sans réellement mettre au jour un consensus sur la question.
Elle implique de :

- Interroger les moyens de la promotion touristique du territoire par rapport à un éclatement de marques territoriales à l'échelle départementale et régionale
- Intégrer la dimension économique : il est dans l'intérêt du territoire à se montrer autre que touristique
- Préfigurer la mutualisation des outils de promotion (tels que les sites internet) et au-delà, questionner le fonctionnement des structures qui œuvrent aujourd'hui à la promotion touristique du territoire

Il a été convenu que cette question relative au marketing territorial devrait figurer au titre d'action dans le schéma de développement économique et touristique.

MISE EN DÉBAT ET RÉACTIONS

SE RACCROCHER À LA MARQUE DÉPARTEMENTALE ?

- Profiter de la dynamique actuelle porteuse autour de « Je vois la vie en Vosges » car la marque est déjà en place
- Bien qu'elle ne destine pas forcément au territoire, elle permettrait de disposer de moyens suffisants pour promouvoir à grande échelle la destination
- S'appuyer sur le département plutôt que de créer une marque territoriale propre et initier un travail commun pour étudier les conditions de rattachement à la marque

DISPOSER DE SA PROPRE MARQUE ?

- Les Vosges ne désigne ni le Massif des Vosges ni les Hautes-Vosges. Ils identifient avant tout le département. Or, le territoire n'a rien à voir avec les villes thermales, etc.
- Il faut insister sur le Massif des Vosges : plus en accord que « Vosges »
- Le préfixe « Hautes » est important pour situer le territoire et reste parlant à l'échelle régionale

AVOIR UNE MARQUE ?

- Quel intérêt d'avoir une marque ? Les Hautes-Vosges sont bien identifiés, notamment au niveau de l'Alsace.

- Même en se rattachant aux Vosges, il faut trouver un compromis pour parler aussi du territoire des Hautes-Vosges

AXES STRATÉGIQUES	ENJEUX ÉCONOMIQUES	ENJEUX TOURISTIQUES
2 **QUALIFIER L'ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS ET LEURS ACCOMPAGNEMENTS PROFESSIONNELS ET TOURISTIQUES**	• CRÉER UN GUICHET UNIQUE D'INFORMATIONS AUPRÈS DES ARRIVANTS • ANIMER LES POINTS D'ENTRÉE ÉCONOMIQUE • CONSTITUER DES INDICATEURS DE RÉFÉRENCES	• DÉVELOPPER UNE CULTURE DE L'ACCUEIL QUI CAPITALISE SUR L'IMPLICATION DES LOCAUX ET L'ANIMATION D'UN RÉSEAU D'AMBASSADEURS DES VOSGES • PROFESSIONNALISER LES MÉTHODES ET PRATIQUES DES ACTEURS DU TERRITOIRE • PROPOSER DES SERVICES PAR LE BIAIS DU PARTAGE ET DU COLLABORATIF (CO-VOITURAGE, ETC.)

AXES STRATÉGIQUES	ENJEUX ÉCONOMIQUES	ENJEUX TOURISTIQUES
3 **TIRER PARTI DE L'HÉRITAGE INDUSTRIEL ET TOURISTIQUE POUR L'ADAPTER AUX DÉFIS DES ATTENTES CONTEMPORAINES ET DU CHANGEMENT CLIMATIQUE**	• ORIENTER LES INVESTISSEMENTS POUR MAINTENIR L'INDUSTRIE • PROMOUVOIR LES INNOVATIONS • METTRE EN RÉSEAU LES PROFESSIONNELS ET INDUSTRIELS • VALORISER LES PRODUCTIONS ET SAVOIR-FAIRE DU TERRITOIRE • AIDER AU RECRUTEMENT/APPRENTISSAGE • METTRE EN RÉSEAU POUR FACILITER LES CIRCUITS-COURTS	• RENFORCER UN TOURISME 4 SAISONS • QUALIFIER L'HÉBERGEMENT : MODERNISATION VOIRE MONTÉE EN GAMME ET RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE DES BÂTIMENTS POUR UN IMMOBILIER DE LOISIRS DURABLE SUR LE PLAN ÉCOLOGIQUE • METTRE EN TOURISME LES SAVOIR-FAIRE QUI FONT L'IDENTITÉ DU TERRITOIRE SUR LE MODÈLE DU TERROIR : TEXTILE, BOIS… • TIRER PARTI DU MAILLAGE DES SERVICES POUR ENRICHIR L'EXPÉRIENCE D'IMMERSION NATURE

AXES STRATÉGIQUES	ENJEUX ÉCONOMIQUES	ENJEUX TOURISTIQUES
4 **RÉVÉLER LE POTENTIEL DE CRÉATION ET D'INNOVATION POUR RÉGÉNÉRER LE TISSU ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE**	• SOUTENIR L'ENTREPRENEURIAT • ASSURER UNE VEILLE ET COUVRIR LES NOUVEAUX CHAMPS SERVICIELS (SYLVER-ECONOMY, SANTÉ ETC.) • RENDRE VISIBLE LA PERFORMANCE DES INNOVATIONS EN COURS • CONSTITUER DES RÉSERVES FONCIÈRES POUR L'ACCUEIL DE NOUVEAUX ENTREPRISES • PRODUIRE DES IMMOBILIERS POUR LES JEUNES ENTREPRISES VIA UN NOUVEL OPERATEUR DÉDIÉ • ANTICIPER ET SOUTENIR LA REPRISE/TRANSMISSION • FAVORISER LA DIVERSIFICATION DE L'AGRICULTURE	• FAVORISER DES INITIATIVES EN INTERSAISONS ET DES ALTERNATIVES AUX SPORTS D'HIVER • COMPLÉTER LES ACTIVITÉS DE LOISIRS INDOOR • DIVERSIFIER L'HÉBERGEMENT (INSOLITE, SPORTIF, ETC.) • METTRE EN RÉCIT LES CURIOSITÉS ET SAVOIR-FAIRE ET FOURNIR DES REPÈRES AUX VISITEURS • COMPLÉTER L'OFFRE D'HÉBERGEMENT PAR UNE VOLONTÉ D'ACCUEIL POUR DES STAGES « DO IT YOURSELF » • INTENSIFIER L'EXPÉRIENCE À VIVRE PROPRE AUX VOSGES (SPORT, RESSOURCEMENT, DÉGUSTATION…)

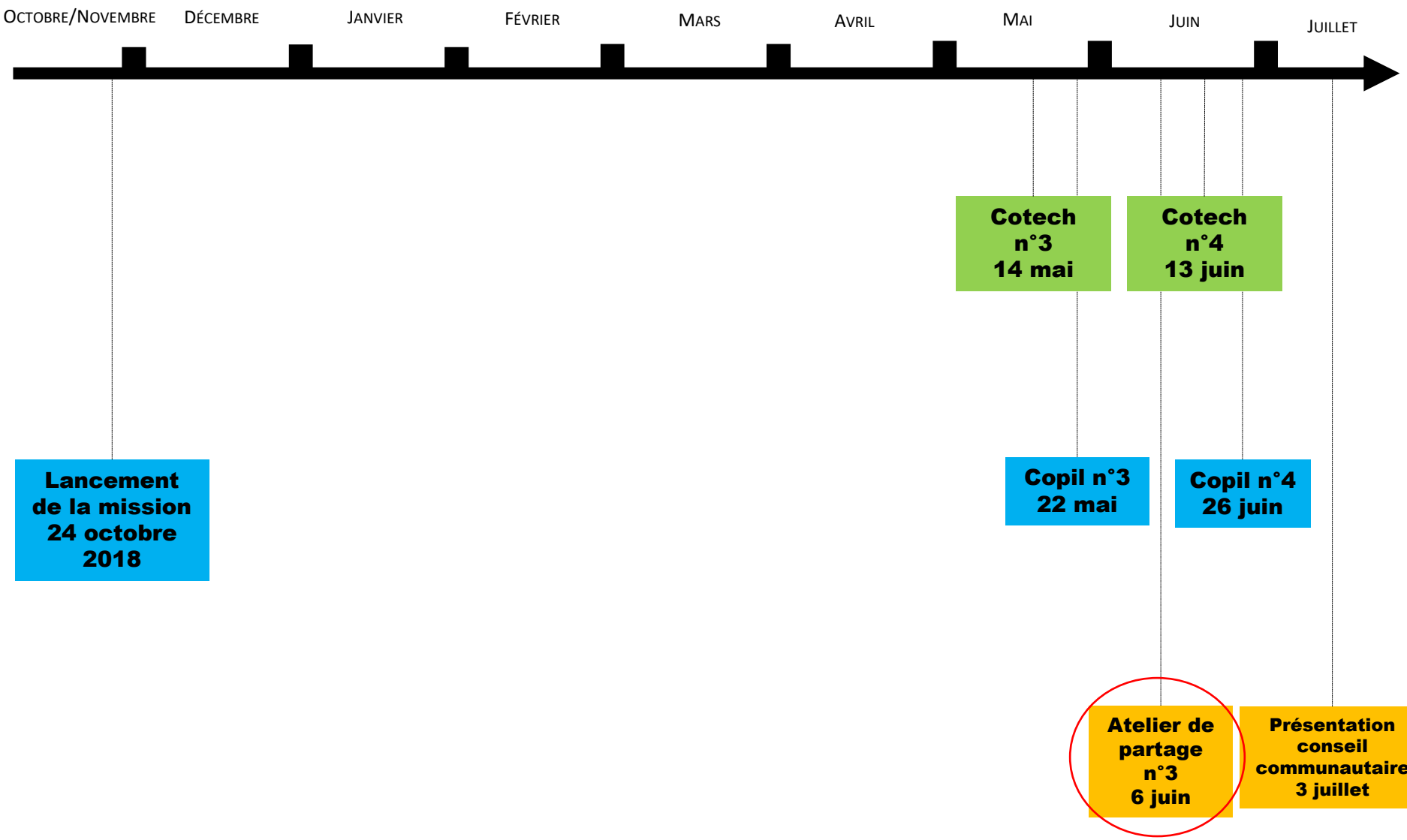
AXES STRATÉGIQUES	ENJEUX ÉCONOMIQUES	ENJEUX TOURISTIQUES
5 **CONSTRUIRE ET INTENSIFIER LES RÉSEAUX DU TERRITOIRE, EN CONNEXION AUX PARTENARIATS NÉCESSAIRES**	• CRÉER DES INSTANCES DE PILOTAGE ET DE SUIVI • RENFORCER LA DIMENSION OPÉRATIONNELLE DE L'INTERVENTION COMMUNAUTAIRE • SOUTENIR LA CRÉATION DE RÉSEAUX ÉCONOMIQUES LOCAUX • MOBILISER ET SOUTENIR LES RÉSEAUX FILIÈRES • …	• FAVORISER L'INTERCONNAISSANCE PAR PLUS DE RENDEZ-VOUS SAISONNIERS ENTRE PROFESSIONNELS À L'ÉCHELLE HAUTES VOSGES • SE SERVIR D'UNE OPÉRATION PILOTE VISANT L'INTERSAISON POUR DYNAMISER LES CLUBS PROFESSIONNELS • MOBILISER DES FORMATIONS PROFESSIONNELLES ADÉQUATES EN HAUTES VOSGES • DÉVELOPPER LES OUTILS PARTAGÉS DU BACK OFFICE DE L'OT (AGENDA, OBSERVATION, COMMERCIALISATION, QUALITÉ, EXTRANET DES SERVICES, ETC.)

AXES STRATÉGIQUES	ENJEUX ÉCONOMIQUES	ENJEUX TOURISTIQUES
6 **RENFORCER LA PAROLE DU TERRITOIRE POUR DÉFENDRE LES INTÉRÊTS DE SON TERRITOIRE ET CONTRIBUER À DES PROJETS À DES ÉCHELLES PLUS LARGES**	• PROMOUVOIR POSITION PARTAGÉE DU TERRITOIRE AUPRÈS D'INSTANCE ET DISPOSITIFS COLLECTIFS (MAINTIEN ET DÉVELOPPEMENT DE DE SITE DE FORMATION, D'ÉQUIPEMENT PUBLIC D'ENVERGURE…)	• PROMOUVOIR EN INTERNE VAE ET VOIES DOUCES…. • A DÉFAUT DE SYSTÉMATISER TRANSPORTS EN COMMUN COÛTEUX, ÉLARGIR LES TRANSPORTS EN COMMUN EXISTANTS

LES PROCHAINES ÉTAPES

AXES STRATÉGIQUES	ENJEUX ÉCONOMIQUES ET TOURISTIQUES	ACTIONS
1 PROMOUVOIR ET DONNER À MIEUX CONNAÎTRE LE TERRITOIRE	• FORMALISER UNE IMAGE ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE • RÉVÉLER LA DIVERSITÉ DES FILIÈRES, MÉTIERS ET OPPORTUNITÉS PRÉSENTES SUR LE TERRITOIRE • ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE	• …. • …. • …. • ….
	• MODERNISER LES OUTILS DE PROMOTION ET DE COMMERCIALISATION DU TERRITOIRE (SITE INTERNET, RÉSEAUX SOCIAUX) • HARMONISER ET METTRE EN COHÉRENCE L'IMAGE DU TERRITOIRE PAR RAPPORT À SES VALEURS (CHOIX D'UNE MARQUE OMBRELLE) • CRÉER UN OUTIL D'INTERACTIVITÉ ENTRE PROFESSIONNELS (PARTAGE, ACTUALITÉS, DÉPANNAGE, ETC.)	• …. • …. • …. • ….

DÉROULÉ DE LA MISSION



Atelier n°3

Vers des ateliers thématiques lors de l'après-midi du 6 juin pour mieux mobiliser les experts, acteurs institutionnels à la définition des actions

LE 6 JUIN

ANTONIN MICHELET
Gérant

01 64 46 03 46 / 06 76 73 18 57
antonin.michelet@creaspace.fr

YOUCEF BOUABDALLAH
Chef de projet

06 08 15 01 41
youcef.bouabdallah@creaspace.fr

JEAN-MICHEL GRARD
Référent projet

06 14 40 98 09
jmgrard@maitresdureve.com

Delphine GELI
Référente associée

06 37 58 64 00
mdrparis@maitresdureve.com