Schéma de développement économique et touristique

Plan d'actions

La communauté de communes a pu bénéficier du concours financier du :

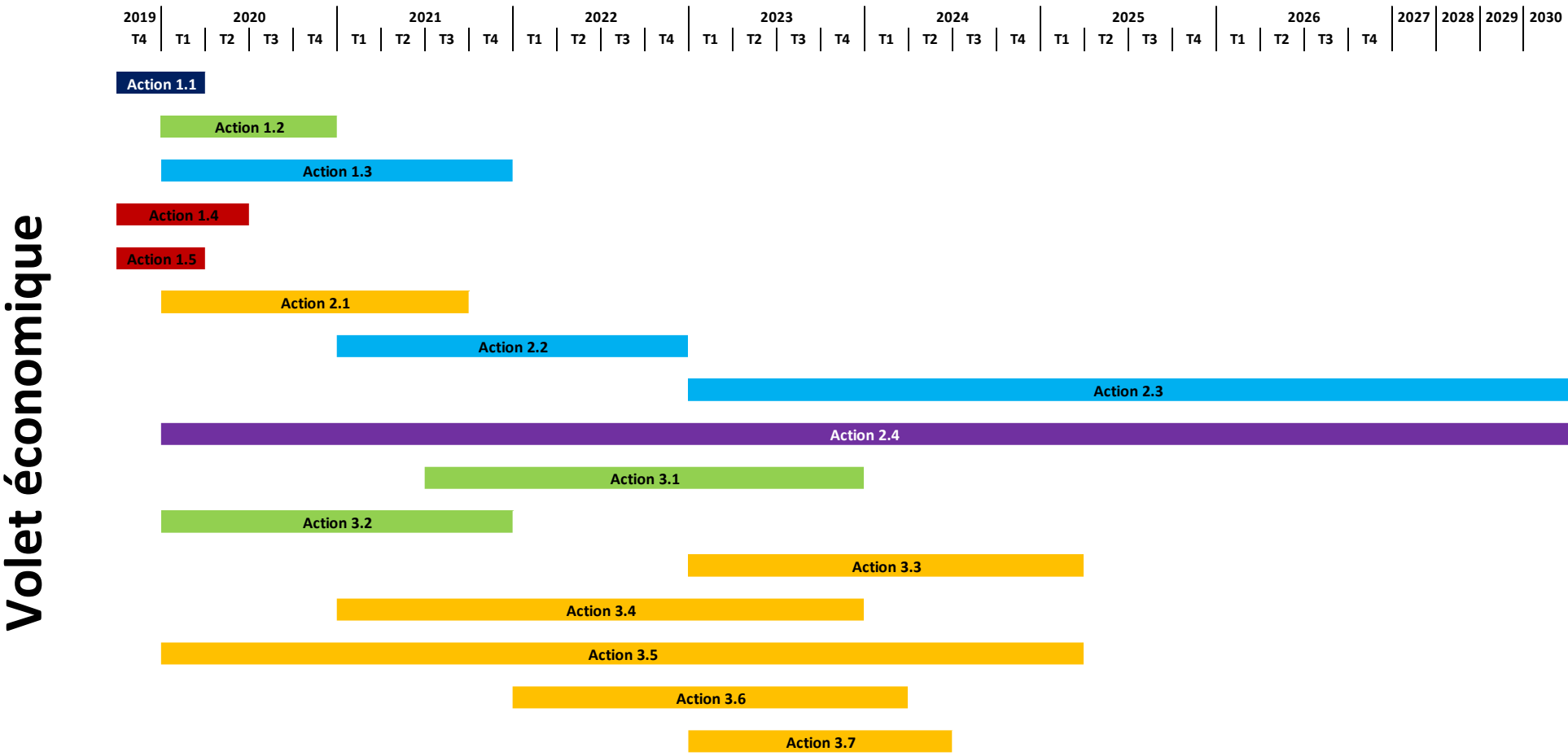
Ministère de la cohésion des territoires et des relations avec les collectivités territoriales

Ministère de la transition écologique et solidaire

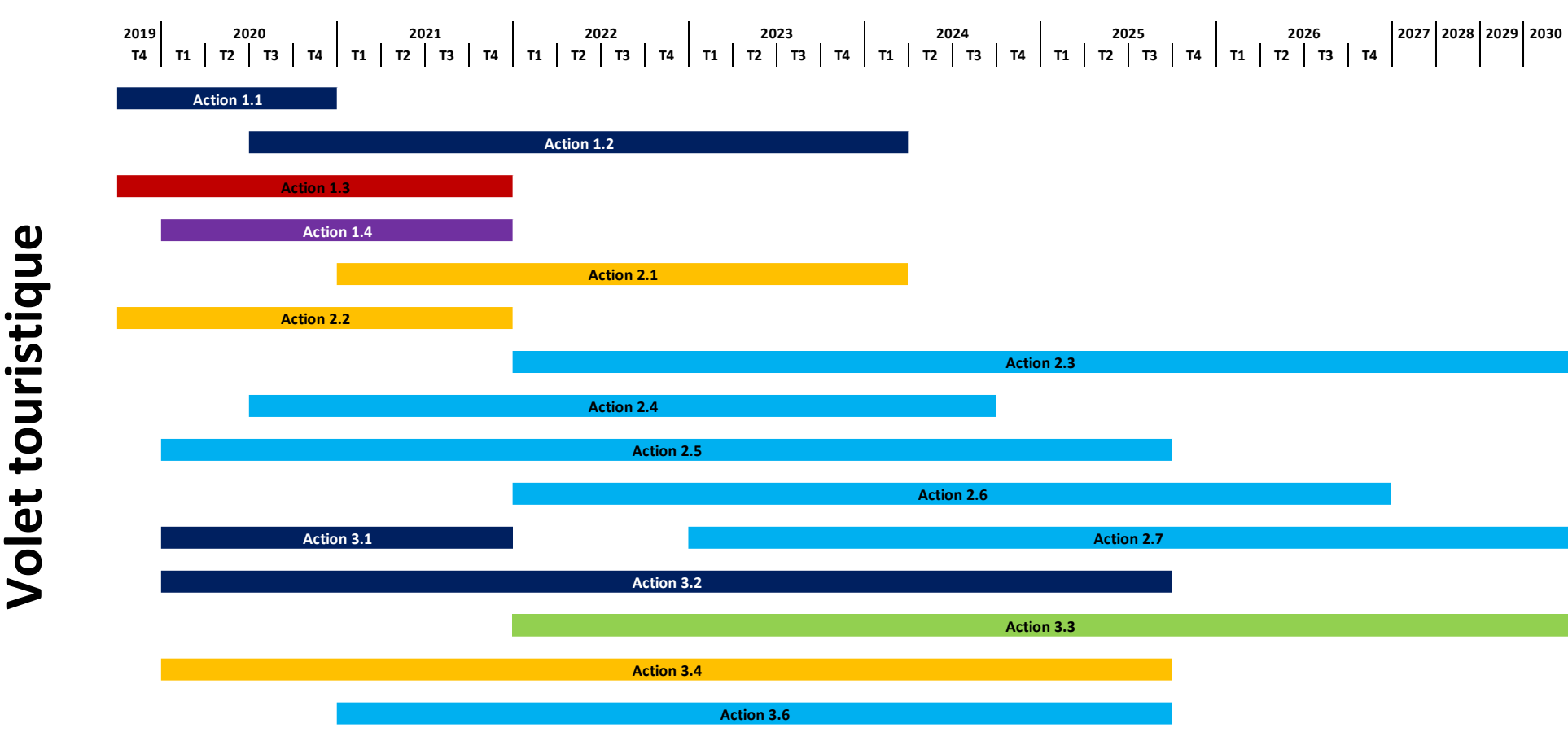
Diffusé le 29/10/2019

CALENDRIER DU PLAN D'ACTIONS

Volet économique



Volet touristique



VOLET ÉCONOMIQUE

PRIORITÉS STRUCTURANTES DU COMITÉ DE PILOTAGE

Actions socles indispensables à une action publique efficace

1.1	Structurer la communication digitale de la CCHV sur l'information économique du territoire
1.2	Développer une bourse des locaux en lien avec les professionnels du secteur immobilier
1.3	Créer un guichet unique local d'accompagnement à la création d'entreprise
1.4	Nourrir la coopération avec les intercommunalités voisines
1.5	Définir l'organisation du schéma

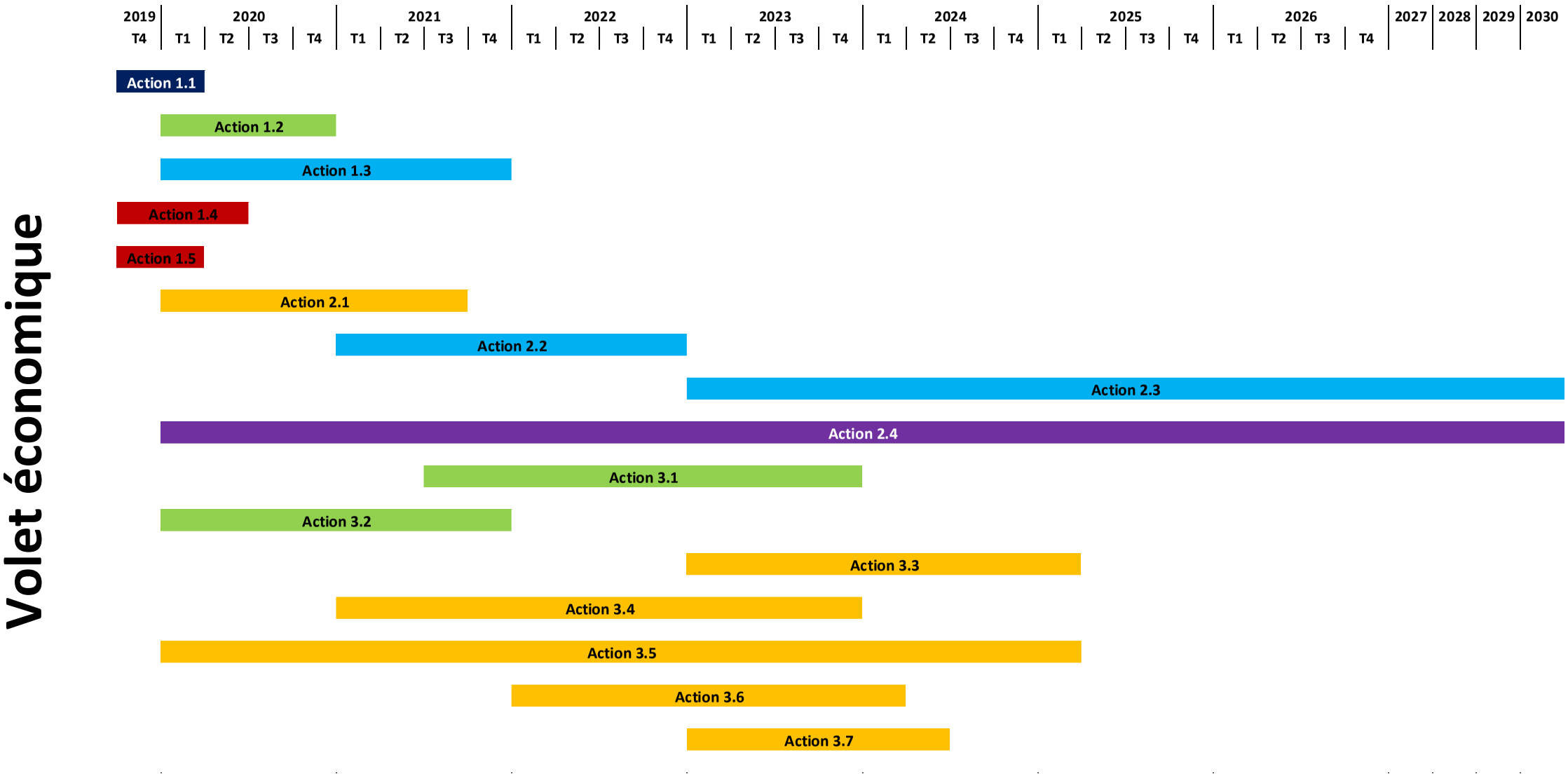
Actions structurantes d'impulsion

2.1	Recenser les friches du territoire et accompagner les projets de requalification
2.2	Créer les outils permettant de favoriser le parcours résidentiel des entreprises
2.3	Renforcer les outils d'hébergement de la jeune entreprise en complétant le parcours résidentiel de croissance par un tiers-lieu entrepreneurial
2.4	Assurer le maintien de services de proximité

Actions volontaristes

3.1	Structurer un guichet unique d'accueil des nouveaux arrivants et de leurs familles
3.2	Valoriser les offres d'emploi du territoire
3.3	Développer des tiers-lieux « pôles métiers » formation, hébergement d'entreprises, équipements mutualisés
3.4	Développer des actions de sensibilisation des jeunes et parents aux filières de formation industrielles
3.5	Aider les artisans, commerçants, agriculteurs à investir dans le renouvellement de leur outil de travail
3.6	Soutenir les projets d'investissement des entreprises dans la réduction de l'impact environnemental de leurs activités
3.7	Soutenir la mutualisation de matériel et de personnel pour favoriser le développement de la valorisation des produits agricoles

Volet économique



AXE 1 — Action 1.1 — STRUCTURER LA COMMUNICATION DIGITALE DE LA CCHV SUR L'INFORMATION ÉCONOMIQUE DU TERRITOIRE

Contexte :

- Une image sur le tissu économique de la Communauté de communes des Hautes Vosges.
- Des informations parcellaire sur l'offre foncière touristique de renommée internationale, mais qui ne servent pas suffisamment l'économie productive.
- Pas d'information immobilière du territoire. Des informations parcellaires sur les services à disposition des entreprises, créateurs d'entreprises et actifs du territoire. Un référencement faible.

Objectifs:

- Renforcer l'attractivité économique de la CC des Hautes Vosges
- Capitaliser sur l'image / la notoriété touristique du territoire pour développer l'économie productive (sans créer une nouvelle marque)
- Valoriser les produits locaux (agriculture, artisanat, industriels…) et les savoir-faire (métiers, emplois…)
- Optimiser la communication digitale de la CCHV
- Développer la présence sur les réseaux sociaux pour exister en dehors du territoire

Descriptif:

- S'appuyer sur la marque "Je vois la Vie en Vosges"
- Envisager de proposer des services (ex mise en place d'un Intranet, mise à disposition de ressources/services aux entreprises, …)
- Alimentation du site communautaire d'information sur le tissu économique du territoire
- Alimentation du site communautaire d'information sur l'offre de service
- Alimentation en continu d'actualités économiques du territoire
- Animation de réseaux sociaux, avec un fil d'actualités

Modalités de mise en œuvre :

- Récupération des éléments disponibles auprès des partenaires ; réunion préalable CD 88 : état des lieux des échanges sur les marques territoriales (Le Conseil Départemental travaille actuellement sur le sujet).
- Rédaction de contenus (banque image, cartographie dynamique, information tissu économique, emploi, service, témoignage d'entreprises et salariés)
- Accompagnement pour rédaction des contenus, faciliter référencement, améliorer ergonomie/design du site
- Rédaction régulière (actualités etc.)
- Création et animation de réseaux sociaux
- Suivi des contacts dans une logique de parcours client

Facteurs de réussite:

Indicateurs de suivi

- Tableau de bord Google Analytics
- Fréquence de mise à jour des actualités
- Présence sur les réseaux sociaux (fréquence des messages, nombre de suiveurs, viralité des messages...)

Indicateurs d'impact

- Suivi des consultations du site
- Suivi du nombre de contacts réels générés suite à visite sur le site web

Publics cibles:

Entrepreneurs, salariés cibles, jeunes actifs, habitants

Echéancier :

Court-terme 2019-2020

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Promotion d'un espace naturel et préservé. Richesse des paysages et des savoir-faire

Communiquer, sensibiliser sur « travailler en montagne à l'heure du changement climatique » auprès des publics cibles.

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilote: CCHV (service communication et développement économique)

Partenaires : Région, Département, Offices de Tourisme du territoire et SIVU Hautes Vosges , Commissariat de Massif et ART Grand Est (qui pilote le pacte de destination Massif des Vosges), PNR Ballons des Vosges

Estimation budgétaire:

Budget d'intervention pour optimiser le site = 5 000 € à 10 000 €

5 % ETP service communication

5 % ETP service développement économique

AXE 2	Action 1.2	DÉVELOPPER UNE BOURSE DES LOCAUX EN LIEN AVEC LES PROFESSIONNELS DU SECTEUR IMMOBILIER

Contexte :

- Un tissu économique essentiellement structuré autour de TPE de moins de 10 salariés.
- Une offre immobilière essentiellement structurée autour d'un héritage de grands sites industriels, des typologies d'ateliers et de bureaux de petites tailles manquants.
- Pas de site dédié centralisant les informations sur l'offre immobilière à l'échelle de la CCV
- Une bourse aux locaux disponible à l'échelle départementale
- Une mise à jour pas systématique et exhaustive des offres sur le territoire de la CCHV

Objectifs:

- fluidifier l'information pour les acteurs du marché de l'immobilier d'entreprise,
- valoriser les capacités d'accueil auprès des investisseurs et entrepreneurs via des outils numériques d'information.
- Faciliter l'installation et le développement des entreprises

Descriptif:

- Identification en continu des locaux et fonciers à commercialiser sur le territoire
- Promotion multicanal (site internet, guide de l'offre du territoire, rencontre de l'immobilier d'entreprise)
- S'appuyer sur un partenariat avec la CCI pour optimiser la bourse aux locaux actuelle

Modalités de mise en œuvre :

- Partenariat avec la CCI pour la mise à jour de la bourse départementale
- Rencontre régulière avec les professionnels du marché immobilier (agents, opérateurs, investisseur-promoteur…) (une fois par an)
- Recensement des locaux et fonciers communaux
- Inscrire l'action dans le cadre du Pacte Offensive Croissance Emploi (POCE) à l'échelle du Pays de Remiremont et ses Vallées pour rechercher un effet levier en terme de moyens et de visibilité
- Action à mettre en cohérence avec l'action 2.1. Recenser les friches du territoire et accompagner les projets de requalification

Facteurs de réussite:

- Capacité de la CCI à optimiser le site actuel et à assurer une mis à jour régulière
- Engagement des territoires voisins dans le projet

Indicateurs de suivi

- Nombre de mise à jour/an
- Amélioration du référencement du site

Indicateur de résultat

- Nombre de contacts générés

Publics cibles:

Entreprises et entrepreneurs, professionnels de l'immobilier d'entreprise

Echéancier :

Court-terme 2020

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilote: CCI

Partenaires: CCHV, autres partenaires territoriaux, acteurs de l'immobilier économique

Estimation budgétaire:

Budget d'intervention 10 000 € max (à ajuster au regard de la mutualisation possible dans le cadre du POCE, de l'amélioration de l'ergonomie du site, u nombre de mise à jour)

AXE 4	Action 1.3	CRÉER UN GUICHET UNIQUE LOCAL D'ACCOMPAGNEMENT À LA CRÉATION D'ENTREPRISE

Contexte :

- Un manque de lisibilité et de visibilité des dispositifs et services existants auprès des bénéficiaires finaux (entreprises, entrepreneurs)
- Un manque de suivi de la part de la collectivité

Objectifs:

- Accroitre le nombre de projets d'entrepreneuriat sur le territoire
- Proposer une alternative aux demandeurs d'emplois par l'entrepreneuriat et lutter contre le chômage
- Renforcer la visibilité de la démarche
- Valoriser l'ensemble des services pour accompagner les entrepreneurs sur le territoire

Descriptif:

- Structurer une interface numérique d'information et d'accompagnement des porteurs de projets, lien à faire avec action 1.1
- Créer un lieu identifié, point d'entrée physique des créateurs et porteurs de projets des Hautes Vosges
- Organiser les relais auprès des communes, des points d'entrée de proximité
- S'approprier et mobiliser les dispositifs d'aides déjà existants au sein des collectivités territoriales (mobilisation des services des partenaires, aide à la rédaction de dossier d'aide)
- Assurer la coordination de l'intervention des acteurs sur le territoire (réunion/suivi de projet)

Modalités de mise en œuvre :

- Partenariat avec un/des partenaire(s) offrant la totalité de la palette d'accompagnement.
- Suivi du partenariat et des résultats
- Organisation/création d'un/de lieu(x) d'accueil des porteurs de projet
- Rencontre de l'ensemble des partenaires de la création d'entreprises, connaissance exhaustive de tous les dispositifs d'accompagnement, capacité à informer les porteurs de projets et faire du lien
- Suivi dans le temps des porteurs de projets
- Action à mettre en lien avec l'action 2.1 Structurer un guichet unique d'accueil des nouveaux arrivants

Facteurs de réussite:

Indicateurs de suivi

- Lancement du partenariat et plan d'actions
- Nombre d'entreprises accompagnées
- Nombre de sollicitation des outils de développement

Indicateurs d'impact

- Évolution du nombre de créateur sur le territoire
- Pérennisation de l'activité des entrepreneurs accompagné

Publics cibles:

Porteurs de projets de création d'entreprises

Echéancier :

Court-moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Co-pilotage :CCHV

Partenaire: partenaires économiques locaux, Partenariat à envisager dans le cadre du Pacte Offensive Croissance Emploi (POCE) à l'échelle du PETR du Pays de Remiremont et ses Vallées

Estimation budgétaire:

1 ETP

GUICHET UNIQUE

Implantation facilitée, prise de fonction simplifiée, l'intégration professionnelle et personnelle est un enjeu majeur pour les entreprises du territoire.
Évreux Portes de Normandie accompagne les nouveaux arrivants et leur propose de nombreux services :

- la recherche d'interlocuteurs privilégiés,
- la mise en relation avec les acteurs de la formation,
- l'aide à la mobilité professionnelle...

ÉVREUX
PORTES DE NORMANDIE

DGA ATTRACTIVITÉ AMÉNAGEMENT
ÉCONOMIE EMPLOI
9, rue Voltaire CS 40423
27004 Évreux cedex
02 32 31 92 64

RÉDACTION : DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET DIRECTION DE LA COMMUNICATION CIEPN
DATAIN GRAPHIQUE & RÉALISATION : LES CONCEPTS ÉVREUX
IMPRESSION : HAPP GRAPHIC ÉVREUX
CRÉDITS IMAGES : EPN / VILLE D'ÉVREUX / EURE TOURISME / FLORENCE DUVAL / PROPERTAIN / FLATTON BY FREEPIKTOM / FOTOLIA.COM / FOTOSOCOM
SEPTEMBRE 2017

TOUTE UNE ORGANISATION À VOTRE DISPOSITION

L'O2E : des services « sur-mesure »

Partenaire incontournable, l'Office de l'Entreprise et de l'Emploi assure, à vos côtés, un rôle de proximité pour faciliter l'implantation de votre entreprise, accompagner son développement et accéder aux aides à l'immobilier.

L'O2E propose la mise en relation avec les clubs d'entreprises : AGIR, APM, BNL, et réseaux Cosmétic Valley, Polepharma, NAE, Club logistique Achat et Packaging, Logistique Seine Normandie...

Pour votre mobilité professionnelle et celle de vos proches, l'Office de l'Entreprise et de l'Emploi est le contact privilégié pour les démarches liées à la vie de l'entreprise, aux besoins de logement, inscription aux crèches et écoles, recherche d'emploi du conjoint(e)...

- 02 32 31 92 64
- O2e@epn-agglo.fr

La Pépite : un guichet unique pour accompagner les personnes motivées par la création et le développement de microentreprise.

Avec Citeslab, La Plateforme d'Émergence de Projets et d'Insertion du Territoire d'Évreux (Pépite) est l'interlocuteur de votre projet en apportant des espaces et de la logistique.

- 06 40 49 88 07
- moussa.biagui@citeslab.fr

L'OTC : un accompagnement « personnalisé » pour implanter votre commerce, votre activité touristique

Acteur central, l'Office de Tourisme et de Commerce œuvre pour soutenir, dynamiser et valoriser le commerce de proximité et la promotion des activités touristiques de l'agglomération.

- 02 32 24 90 40
- julien.brehier@grandEvreuxtourisme.fr

Ici, les portes s'ouvrent à vos projets !

ÉVREUX
PORTES DE NORMANDIE

AXE 5	Action 1.4	NOURRIR LA COOPÉRATION AVEC LES COLLECTIVITÉS PARTENAIRES

Contexte :

- Travail collaboratif avec les acteurs institutionnels partenaires du territoire et concertation auprès des acteurs économiques et touristiques depuis le lancement des Ateliers des territoires « Vivre et travailler en montagne à l'heure du changement climatique ».

Objectifs:

- Révéler les problématiques communes et les spécificités de la CCHV dans les cadres contractuels de la Région, du Département et des dispositifs de projet (SCOT, POCE ou autre)
- Favoriser la mise en œuvre d'action mutualisée dans une logique de subsidiarité

Descriptif:

- Participation aux instances opérationnelles (à expliciter)
- Mettre en réflexion dans un cadre de partenariat entre intercommunalités la question de la création d'un outil de portage immobilier
- Mettre en réflexion les problématiques du territoire et envisager des pistes de coopération / mutualisation en vue de renforcer et ou optimiser l'action

Modalités de mise en œuvre :

- Participation aux instances
- Engager la question des outils immobiliers dans le cadre du POCE
- Création d'un groupe de travail et de réflexion intercommunautaire regroupant les agents en charge du développement économique et touristique de leur territoire
- Engager la contractualisation du territoire avec la Région Grand Est (chef de file en matière de développement économique, notamment à travers le SRDEII et le SRADDET) dans l'élaboration d'un Pacte Offensive Croissance Emploi (POCE)

Facteurs de réussite:

Indicateurs de suivi

- Participation aux instances, réunions de trvail

Indicateurs d'impact

- Financements croisés
- Actions mutualisées

Publics cibles:

Partenaires institutionnels

Echéancier :

Court- terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Problématique partagée par les territoires voisins, avec réflexions communes engagées (PCAET à l'échelle du PETR du Pays de Remiremont notamment) et à engager collectivement

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

CCHV et EPCI voisins

Estimation budgétaire:

¼ ETP

AXE 5	Action 1.5	DÉFINIR L'ORGANISATION ET LE PILOTAGE DU SCHÉMA

Contexte :

- Travail collaboratif avec les acteurs institutionnels partenaires du territoire et concertation auprès des acteurs économiques et touristiques depuis le lancement des Ateliers des territoires « Vivre et travailler en montagne à l'heure du changement climatique ».

Objectifs:

- Déployer l'organisation interne du Schéma (coordinateur, référent,...)
- Définir la gouvernance (composition des comités techniques…)
- S'assurer de l'animation du Schéma (respect de ses principes/orientations…)

Descriptif:

- Réunir les élus sur les enjeux et implications du schéma de développement
- Définition des modalités de gouvernance (membres)
- Définir le planning et organiser les premiers comités techniques

Modalités de mise en œuvre :

- Désigner un référent interne au sein de la CCHV en charge du suivi du reporting auprès des partenaires et de la consolidation de l'avancement des actions du schéma
- Désigner un référent auprès de chaque partenaires/pilote d'action en capacité de rendre compte de l'avancement des projets et du suivi administratif
- Mettre en place un tableau de bord de suivi des actions

Facteurs de réussite:

Participation régulière des partenaires économiques du territoire

Indicateurs de suivi

- Nombre de réunions

Indicateurs d'impact

- Respect des orientations préconisées

Publics cibles:

Partenaires institutionnels

Echéancier :

Court- terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

CCHV, tous les services

Communes, partenaires économiques et touristiques

Conseil de développement

Estimation budgétaire:

1/4 ETP

AXE 3	Action 2.1	RECENSER LES FRICHES DU TERRITOIRE ET ACCOMPAGNER LES PROJETS DE REQUALIFICATION

Contexte :

- Le foncier est rare et relativement coûteux
- Aujourd'hui sur le territoire peu d'offre de locaux d'activités sont en commercialisation, et représentes ainsi un volume global très faible. Le marché est essentiellement constitué de locaux de seconde main, il est également marqué par la présence de nombreux immobiliers dégradés, voire en friches.
- Ce sont des dizaines d'hectares que les crises qui ont touché le textile et la filière bois ont produit sur le territoire.
- Le territoire a une grande habitude de travail avec l'EPFL sur la reconversion de site : la reconversion du site de Thiéfosse en zone d'activités, la reconversion du site de Lansauchamp à Cornimont en locaux commerciaux et bureaux, plusieurs reconversions à Cornimont portées par la commune… et des études en cours sur la reconversion du site Dorval à Granges-Aumontzey intégrant l'activité de l'entreprise TGV et la création d'un offre de locaux professionnels souples et l'implantation d'activités agricoles, mais également la reconversion du site de l'entreprise CEF de Sapois dans un projet pouvant intégrer des locaux artisanaux notamment un « pôle Bois », étude de requalification à venir concernant la friche Thirion à Rochesson…
- D'autre sites de tailles très diverses excitent sur le territoire.

Objectifs:

- Permettre le développement du territoire en renouvellement urbain dans un contexte de foncier contraint
- Mener une réflexion d'ensemble sur l'aménagement du territoire
- Traiter les friches industrielles et le cadre de vie du territoire
- Identifier des surfaces à aménager pour l'activité économique

Descriptif:

- Mener un recensement des friches privées et publics de toutes tailles
- Avoir une première lecture d'orientation vers des destination résidentielles, économiques, touristiques
- Inscrire ces réflexions dans une logique de stratégie communautaire d'aménagement (PLUi et/ou SCOt)
- Accompagner techniquement et financièrement les études de requalification

Modalités de mise en œuvre :

- Recensement auprès des communes
- Définition par un bureau d'étude du potentiel de renouvellement (destination, faisabilité)
- Inscrire les friches dans le SIG de la CCHV et les porter à connaissance auprès des acteurs du développement économique (région, département...)

Facteurs de réussite:

- Participation des propriétaires privés à l'état des lieux

Indicateurs de suivi

- Lancement de l'étude

Indicateurs d'impact

- Lancement de projet sur les friches

Publics cibles:

Toutes cibles

Echéancier :

Court-moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Réduction de l'impact environnemental en privilégiant le renouvellement urbain, plutôt que la construction neuve

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Co-pilotage :CCHV-EPFL

Estimation budgétaire:

Budget d'étude à partager avec EPFL = 50 000 euros à 100 000 euros

Pour les friches dont le statut reste privé (prise en charge des études par l'EPFL) : 80%

AXE 4 | Action 2.2 | CRÉER LES OUTILS PERMETTANT DE FAVORISER LE PARCOURS RÉSIDENTIEL DES ENTREPRISES

Contexte :

- La CCHV est un territoire dont le tissu économique est composé de nombreuses petites et moyennes entreprises dans des secteurs d'activité traditionnels avec des dominantes locales autour du commerce et de l'artisanat.
- Parallèlement, le territoire a reçu en héritage de son tissu industriel, de nombreux immobiliers de grandes tailles. Le territoire a mis en place de nombreux projets de reconversion de friches industrielles.
- Le défi territorial de cette dynamique entrepreneuriale est d'accueillir et maintenir ces entreprises localement pour les voir croitre et créer de l'emploi.
- Pour répondre à ces ambitions, la CCHV doit se doter de nouvelles offres immobilières pour compléter son parcours résidentiel.

Objectifs:

- Compléter l'offre territoriale immobilière dans une logique de complémentarité à la stratégie du territoire (prolonger l'offre de valeur entrepreneuriale, accueillir les nouvelles entreprises) et de complémentarité d'offre (proposer des petites surfaces artisanales, évolutives et innovantes).
- Construire un parcours résidentiel de croissance en tirant parti des opportunités de reconversion de friches et densification de zones d'activités

Descriptif:

- Cartographie et observatoire des opportunités du territoire en lien avec le recensement des friches (action 2.1)
- Favoriser/orienter l'intervention d'investisseurs privés sur la production de locaux
- Etude de faisabilité et plan d'actions pour compléter les outils d'accueil et d'hébergement des jeunes entreprises
- Outillage du territoire en montage de projet d'immobilier

Modalités de mise en œuvre :

- Cartographie des opportunités foncières à destination économique (en lien avec SIG de la CCHV)
- Accompagner les porteurs de projets privés dans la constitution d'une offre en ligne avec les besoins des TPE
- Etude de faisabilité de création d'une structure de montage immobilier
- Lancement des études pré-opérationnelles et opérationnelles pour la constitution d'immobilier

Facteurs de réussite:

- Capacité à porter un immobilier
- Capacité de mobilisation financière
- Risque financier de portage

Indicateurs de suivi

- Lancement de l'étude

Indicateurs d'impact

- Réalisation des projets immobiliers / Nombre d'entreprises hébergées

Publics cibles:

Professionnels immobilier, investisseurs locaux, entreprises

Echéancier :

Moyen- long terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Lien direct

Création de lieux économiques et/ou réhabilitation de locaux existants aux dernières normes environnementales (voire supérieures)

Utilisation de matériaux biosourcés

Cahier des charges de construction favorisant les économies d'énergie

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilotage: CCHV

Partenaires: investisseurs locaux, EPL des territoires voisins, EPFL

Estimation budgétaire:

50 % ETP dédié à la question des immobiliers économiques

Budget d'investissement à déterminer. Financement des partenaires à déterminer. Budget étude 30-50 K€

AXE 4	Action 2.3	RENFORCER LES OUTILS D'HÉBERGEMENT DE LA JEUNE ENTREPRISE EN COMPLÉTANT LE PARCOURS RÉSIDENTIEL DE CROISSANCE PAR UN TIERS-LIEU ENTREPRENEURIAL

Contexte :

- La CCHV est un territoire dont le tissu économique est composé de nombreuses petites et moyennes entreprises dans des secteurs d'activités traditionnels avec des dominantes locales autour du commerces et de l'artisanat.
- Il existe peu (voire pas) d'offre adaptée à la jeune entreprise (typologies, services)
- Certaines s'orientent vers d'autres territoires faute d'offre

Objectifs:

- Disposer d'une offre d'accueil variée et adaptée aux besoins des entreprises des Hautes Vosges
- Accompagner les jeunes entreprises du territoire en leur apportant une réponse immédiate, une offre souple, de qualité et à prix attractifs pour débuter leur activité

Descriptif:

- Etudier les conditions de faisabilité de la constitution d'une offre immobilière pour les entreprises en création, un tiers-lieu, offre d'hébergement souple sous format pépinière (Openspace, Bureaux, Ateliers) avec un pack de service administratif, et d'accompagnement à la croissance

Modalités de mise en œuvre :

- Etude de faisabilité économique et financière
- Montage opérationnel (structure de portage et structure de gestion)

Action en lien avec les action 1.3 et 2.2

Facteurs de réussite:

Capacité à porter un immobilier

Indicateurs de suivi

- Lancement de l'étude

Indicateurs d'impact

- Réalisation du projet
- Nombre d'entreprises hébergées

Publics cibles:

Porteurs de projets de création d'entreprises, jeunes entreprises

Echéancier :

moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Lien direct

Création de lieux économiques et/ou réhabilitation de locaux existants au dernières normes environnementales (voire supérieur)

Utilisation de matériaux biosourcés

Cahier des charges e construction favorisant les économies d'énergie

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Co-pilotage :CCHV

Action pouvant être inscrite dans le cadre du Pacte Offensive Croissance Emploi (POCE)

Estimation budgétaire:

Budget étude 30-50 K€

Pôle entrepreneurial animé par Alexis Lorraine

AXE 6 | Action 2.4 | ASSURER LE MAINTIEN DE SERVICES DE PROXIMITÉ

Contexte :

- Travail collaboratif avec les acteurs institutionnels partenaires du territoire et concertation auprès des acteurs économiques et touristiques depuis le lancement des Ateliers des territoires.
- Le territoire des Hautes Vosges offre un cadre de vie qualitatif (nature, sport d'hiver).
- Baisse tendancielle de la population de la CCHV (phénomène départemental) qui concerne particulièrement la base active (population active ou en âge de l'être).
- Un contexte de fermeture et regroupement de services publics.

Objectifs:

- Maintenir les services essentiels à l'attractivité résidentielle du territoire.
- Militer pour le maintien et/ou développement de services publics structurant (hôpital, formation etc.) en argumentant sur l'impact économique

Descriptif:

- Création d'évènements de mobilisation ponctuels en lien avec le questionnement d'implantation de services structurants du territoire
- Lancement d'une enquête qualitative , salariés/dirigeants d'entreprises pour mesurer les besoins/attentes des entreprises en termes de services
- Augmenter le nombre de places en crèches pour l'accueil des nouvelles familles
- Etudier des projets de mutualisation de service public (maison de service public)

Modalités de mise en œuvre :

- Création et animation d'évènements ponctuels
- Rédaction questionnaire et lancement d'une enquête qualitative
- AMO de regroupement de service publics en lien avec les résultats du schéma de services de la CCHV

Facteurs de réussite:

Capacité à mobiliser les entrepreneurs locaux pour défendre les équipements structurants

Indicateurs de suivi

- Lancement de l'enquête

Indicateurs d'impact

- Évolution positive des retours d'enquête
- Maintien/développement de services
- Emplois maintenus

Publics cibles:

Partenaires institutionnels

Echéancier :

Moyen- terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

CCHV, CCI, CMA, PETR du Pays de Remiremont, MSAP

Estimation budgétaire:

Enquête = 8 000 €

AXE 2	Action 3.1	STRUCTURER UN GUICHET UNIQUE D'ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS ET DE LEUR FAMILLE

Contexte :

- Baisse tendancielle de la population de la CCHV (phénomène départemental) qui concerne particulièrement la base active (population active ou en âge de l'être).
- Difficultés de recrutement qui se traduisent en allongement des procédures ou au renoncement de recrutement sur le territoire.
- Des périmètres de recrutement de plus en plus important (régional et national) notamment pour le recrutement de postes d'encadrement et postes techniques.
- Une perte d'attractivité résidentiel au regard de l'augmentation des prix immobiliers dans certains secteurs et de l'indisponibilité de typologie de logement adapté et d'une faible connaissance des services existants sur le territoire

Objectifs:

- Renforcer l'attractivité du territoire auprès de jeunes actifs.
- Accompagner et faciliter le recrutement.
- Rendre lisible et visible l'offre de services résidentiels du territoire

Descriptif:

- Organiser la centralisation d'informations pour recenser les nouveaux arrivants dans les entreprises
- Proposer aux nouveaux arrivants l'ensemble des informations nécessaires à leur intégration locale : recherche de logements, de modes de garde, d'écoles, de services aux citoyens...
- Répertorier les services sur toutes les communes sous forme de plan (SIG)
- Recenser et diffuser les animations et rencontres propices à créer du lien

Modalités de mise en œuvre :

- Designer (ou recruter) une personne dédiée au sein de la communauté de communes au suivi de l'accueil des nouveaux salariés, nouveaux actifs en lien avec les entreprises et les communes, pôle emploi, etc.
- Alimenter le portail économique avec les éléments techniques d'informations sur les services
- Créer et rédiger un Kit d'information auprès des entreprises, communes, lieux d'accueil touristique
- Relayer le dispositif Pôle emploi / CD des Vosges qui vise à accompagner le conjoint collaborateur dans le cadre de sa recherche d'emploi
- Animer des formations des réseaux d'accueil sur les offres de services
- Organiser des soirées d'accueil de nouveaux arrivants pour une présentation économique du territoire et créer du lien (2 par an)
- Organiser un observatoire des offres de logements disponibles, organiser des temps d'échanges entre professionnels sur cette question
- Organisation de temps de rencontre sur la thématique de l'attractivité résidentielle (entreprises, pro de l'immo etc.)

Facteurs de réussite:

- Calibrer le nombre de nouveaux arrivants concernés
- Adhésion des parties prenantes (opérateurs immobiliers, grands employeurs, pôle emploi etc.)

Indicateurs de suivi: Nombre de familles accueillies

Indicateurs d'impact: Nombre de guides téléchargés sur le site web / Fréquentation des animations propices aux rencontres

Publics cibles:

Entreprises, salariés, futurs arrivants, futurs recrutés

Echéancier :

Moyen - Long terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilote: CCHV

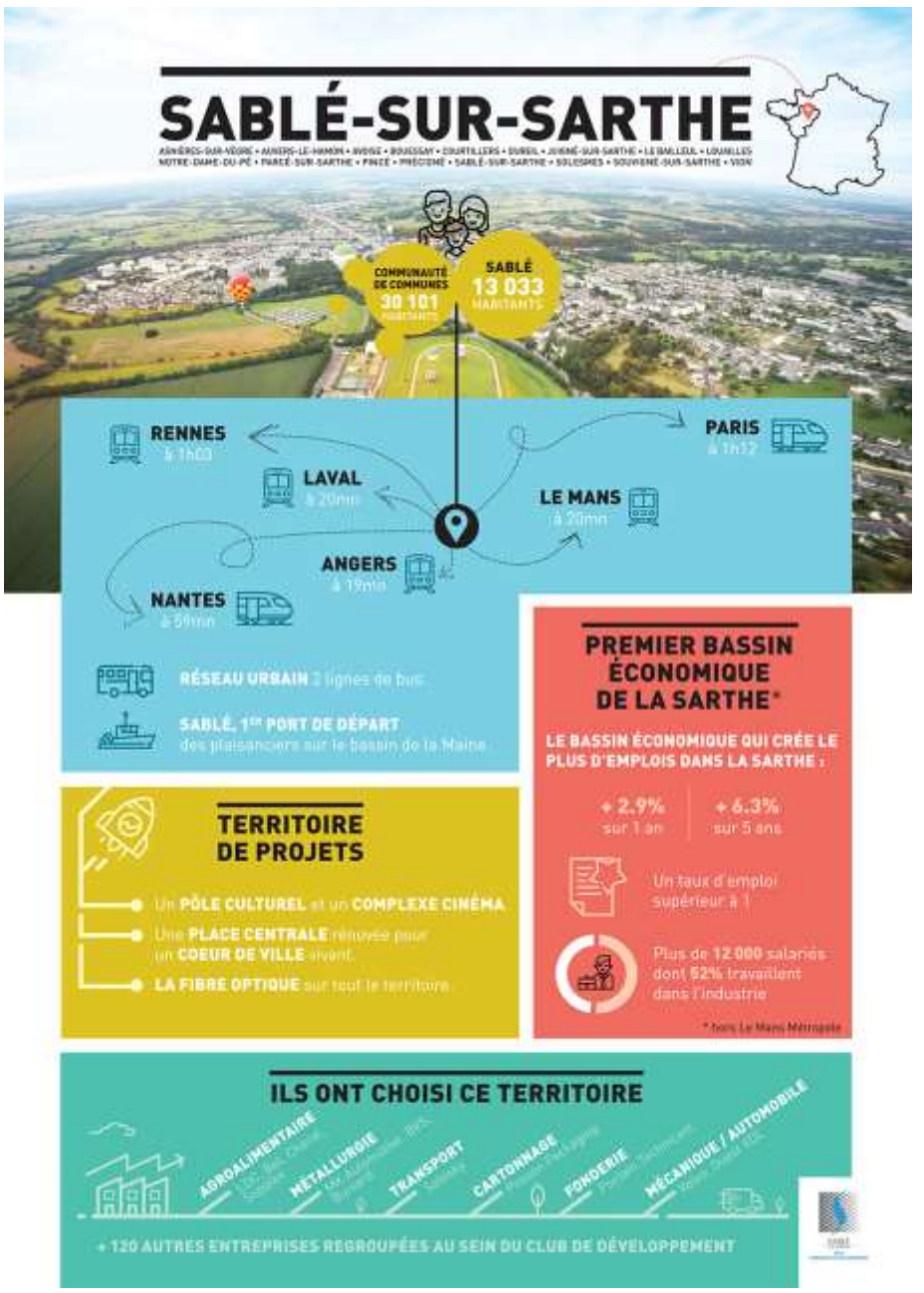
Partenaires: Département, communes de la CCHV, opérateurs de l'habitat, acteurs économiques

Estimation budgétaire:

À terme 1 ETP

GUICHET UNIQUE

Exemple de documents de communication multicanal de présentation de la commune de Sablé-sur-Sarthe pour les nouveaux arrivants et les personnes s'intéressant au territoire.



AXE 2	Action 3.2	VALORISER LES OFFRES D'EMPLOI DU TERRITOIRE

Contexte :

- Territoire rural, dense en entreprises et en emploi
- Difficultés de recrutement qui se traduisent en allongement des procédures ou au renoncement de recrutement sur le territoire.
- Des périmètres de recrutement de plus en plus important (régional et national) notamment pour le recrutement de postes d'encadrement et postes techniques.

Objectifs:

- Valoriser les offres d'emploi du territoire, l'économie des Hautes Vosges, son dynamisme, ses filières stratégiques, etc.
- Accroître la visibilité des offres d'emploi du territoire
- Faciliter l'embauche au sein des entreprises
- Accueillir de nouveaux actifs

Descriptif:

- Se doter d'une communication spécifique et ciblée concernant les annonces importantes de recrutement : recherche de profils qualifiés voire très qualifiés (ex : cadres), vague de recrutements d'une même entreprise.

Modalités de mise en œuvre :

Nécessité de mettre en avant des annonces d'emploi qualitatives.

- Organiser les partenariats garantissant le rôle de chacun et les conditions techniques de transmissions des informations)
- Faire le lien avec Vosges-Terre-Textile (temps de travail régulier, récupération des annonces prioritaires à valoriser)
- Etendre vers d'autres offres d'emploi avec les structures de l'emploi et entreprises (temps de travail régulier, récupération des annonces prioritaires à valoriser)
- Recruter un prestataire de conseil en communication pour rédiger les contenus
- Les campagnes de communication seront à développer principalement sur le web et les réseaux sociaux.
- S'appuyer sur les outils de la marque « Je vois la vie en Vosges » (site portail, réseaux sociaux) et mobiliser ceux des partenaires pour relayer les campagnes et accroitre la visibilité.
- Relayer les informations de la future plateforme emploi du Département auprès des entreprises et demandeurs

Facteurs de réussite:

Indicateurs de suivi

- Suivi des consultations du site
- Suivi du nombre de contacts réels générés suite à visite sur le site web

Indicateur de résultat

- Réduction du temps de recrutement (retour qualitatif des recruteurs, enquête)
- Réduction des abandons de recrutement

Publics cibles:

Profils techniques et cadres habitant hors du territoire, étudiants

Echéancier :

Moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilote: CCHV

Partenaires: Département, tous les acteurs économiques

Estimation budgétaire:

À terme 1 ETP (mutualisé avec action 2.1)

Budget d'intervention à définir

AXE 3	Action 3.3	DÉVELOPPER DES TIERS-LIEUX « PÔLES MÉTIERS », FORMATION, HÉBERGEMENT D'ENTREPRISES, ÉQUIPEMENTS MUTUALISÉS

Contexte :

- Le territoire des Hautes Vosges est marqué par un tissu industriel dense hérité et notamment un tissu de PMI de taille importante (+ de 100 salariés) exceptionnel pour un territoire rural.
- Des difficultés de renouvellement du tissu industriel local, notamment du fait des coûts d'acquisition des équipements.
- Des pertes de savoir-faire à craindre lié à la pyramide des âges des salariés
- Des équipements disponibles suite à la fermeture d'entreprises. Parallèlement des entreprises du territoire qui portent des réflexions sur la mutualisation des machines et immobiliers avec d'autres entreprises.
- Des formations initiales et continues hors du territoire qui accentuent l'effet d'enclavement des entreprises industrielles.

Objectifs:

- Permettre le renouvellement et la régénération du tissu industriel local par la création de « pôles métiers » innovants

Descriptif:

- Etudier les conditions d'émergence de pôles métiers (textile, bois notamment) regroupant sur un même site une offre de mutualisation d'équipements industriels, une offre d'hébergement d'entreprises et une offre de formation initiale et continue.

Modalités de mise en œuvre :

- Partenariat à constituer avec l'Etat, la Région et ses partenaires pour organiser des déclinaisons locales des dispositifs nationaux et régionaux de valorisation de l'industrie
- Alimenter la stratégie « Territoire d'industrie » d'actions de valorisation multi-canal (rencontres locales de l'industrie (entreprises, acteurs de l'emploi, écoles, collèges, lycées etc.) vidéo de visite, témoignage, guide des métiers, valorisation dans les musées etc.)
- Faciliter l'organisation de visite de site d'entreprises par des collégiens et lycéens du territoire (partenariat avec Education Nationale, Région, Département et entreprises)
- Création d'une bourse aux stages des métiers industriels (en partenariat avec la CCI)
- Action à mener avec les têtes de réseaux des filières industrielles

Facteurs de réussite:

- Adhésion des parties prenantes (entreprises industrielles, lieux d'enseignement et de formation)
- Identification d'une structure capable de porter le lieu
- Réactivité de la collectivité pour répondre aux demandes des privés

Indicateurs d'impact

- Nombre d'entreprises intégrées au lieu
- Nombre de formations

Publics cibles:

Entreprises industrielles, entreprises en création, salariés, étudiants

Echéancier :

Moyen-terme-long terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Lien direct, accompagnement d'entreprise à la mise en place d'action d'adaptation de leurs activités

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Action à inscrire dans le plan « Territoire d'industrie »

Pilotage : CCHV

Partenaires: entreprises - Etat- partenaires territoriaux –CCI

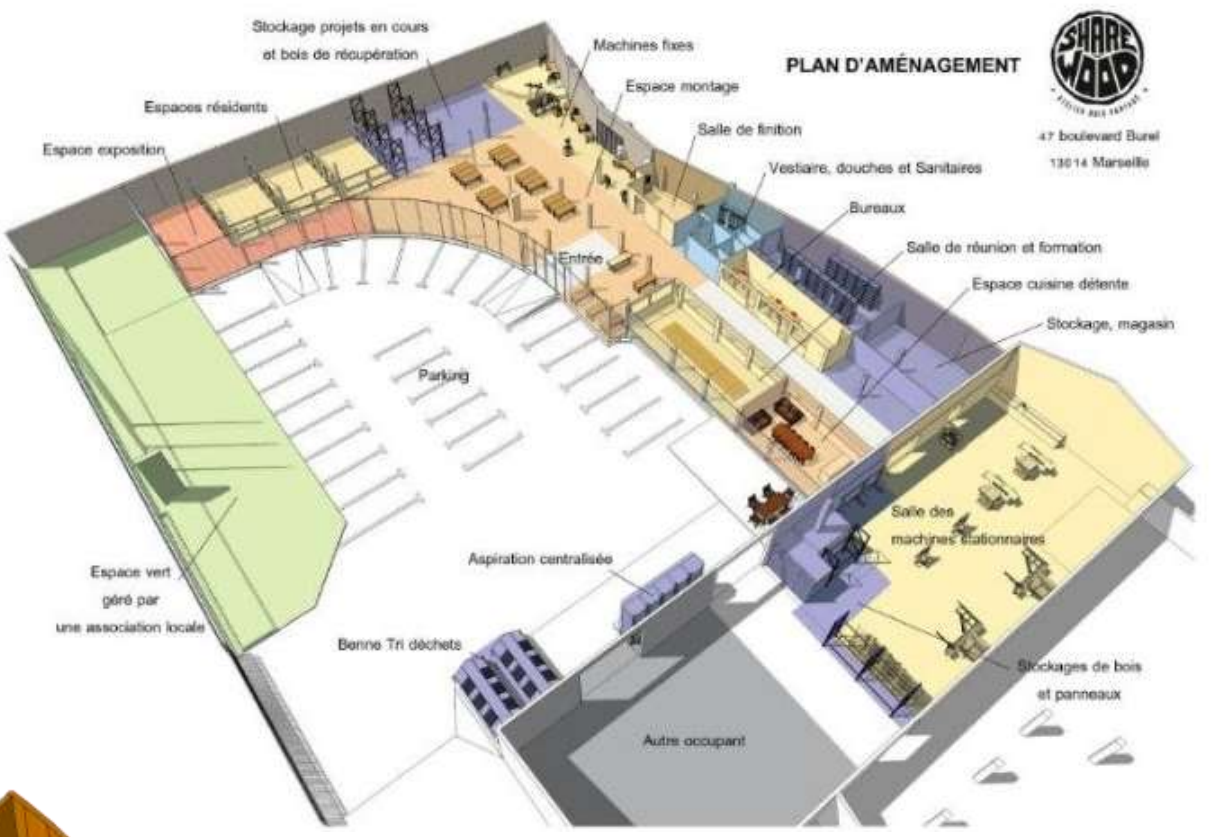
Action pouvant être inscrite dans le cadre du Pacte Offensive Croissance Emploi (POCE)

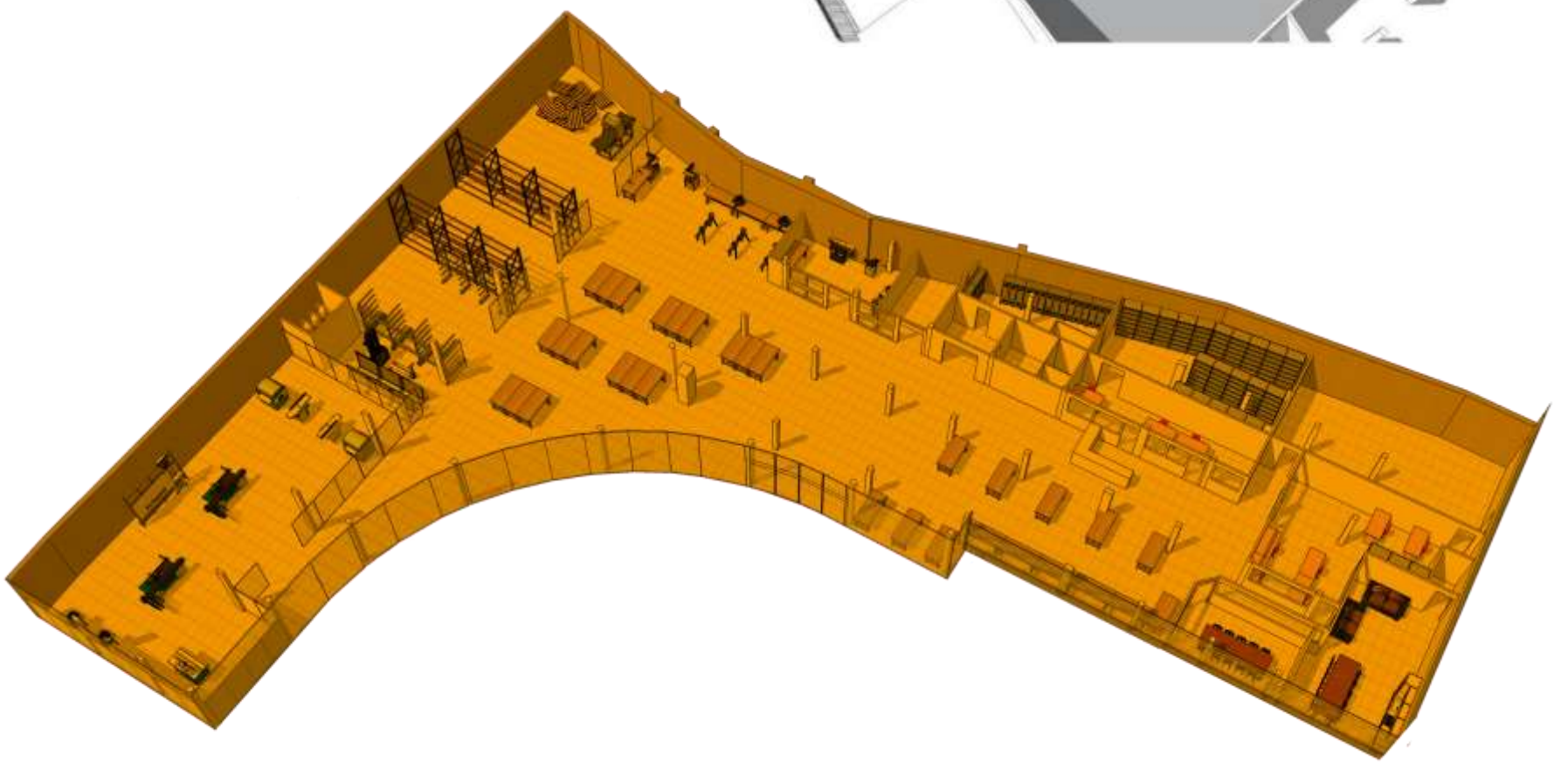
Estimation budgétaire:

Coût de l'étude de faisabilité = 50 000 à 75 000 euros hors aides

PÔLE MÉTIER / ATELIERS MUTUALISÉS DU BOIS

Exemple de tiers-lieu artisanal métier du bois développé dans l'agglomération d'Aix-Marseille Provence Métropole.





PÔLE MÉTIER / ATELIERS MUTUALISÉS -FORMATION

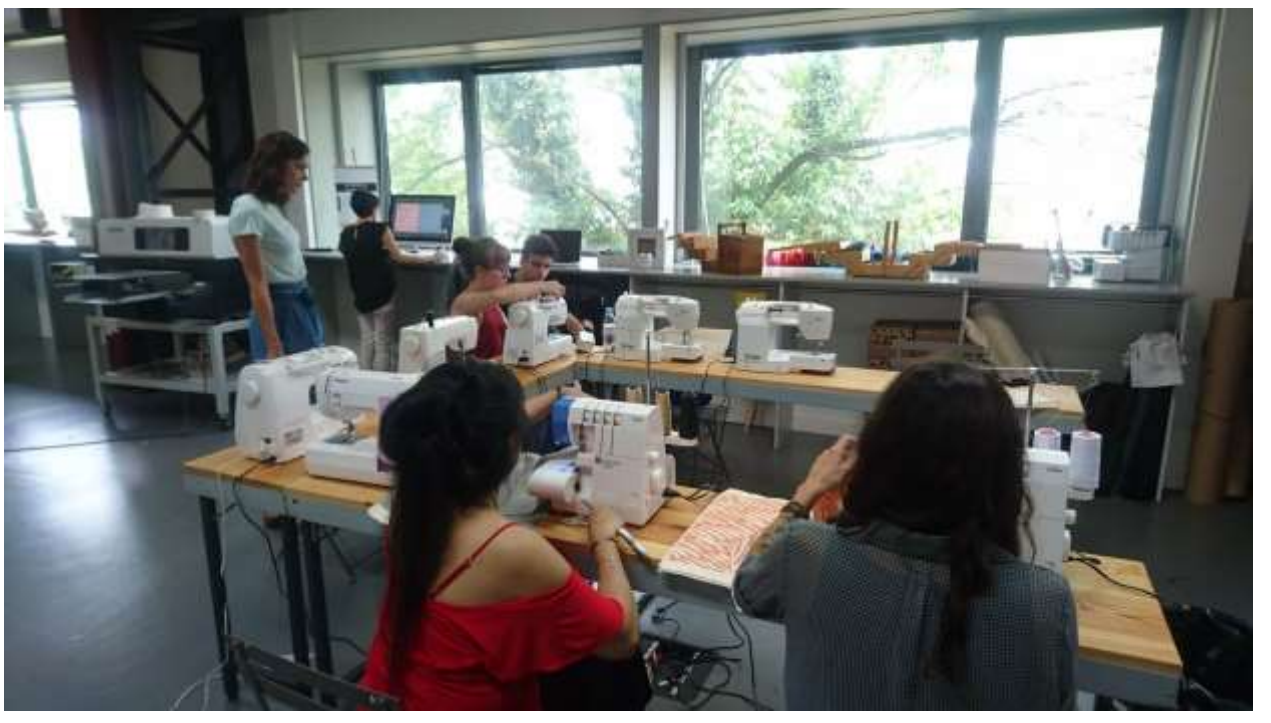
Pôle de l'écoconstruction de Fraize (88)

PÔLE MÉTIER / ATELIERS MUTUALISÉS -FORMATION

Pôle de l'écoconstruction de Fraize (88)

sew & laine

LE TIERS-LIEU
DES CULTURES
TEXTILES ENGAGÉES



AXE 3	Action 3.4	DÉVELOPPER DES ACTIONS DE SENSIBILISATION DES JEUNES ET PARENTS AUX FILIÈRES DE FORMATION INDUSTRIELLE

Contexte :

- Le territoire des Hautes Vosges est marqué par un tissu industriel dense hérité et notamment un tissu de PMI de taille importante (+ de 100 salariés) exceptionnel pour un territoire rural.
- Baisse tendancielle de la population de la CCHV (phénomène départemental) qui concerne particulièrement la base active (population active ou en âge de l'être) et notamment des jeunes actifs.
- Une désaffection des jeunes actifs et jeunes diplômés pour les secteurs et métiers industriels, phénomène national.
- Difficultés de recrutement qui se traduisent en allongement des procédures ou au renoncement de recrutement sur le territoire. Des périmètres de recrutement de plus en plus important (régional et national) notamment pour le recrutement de postes d'encadrement et postes techniques.
- Un manque d'information sur l'évolution des métiers et des opportunités d'emploi sur le territoire.

Objectifs:

- Favoriser l'ancrage local des entreprises industrielles
- Maintenir et développer les savoir-faire locaux
- Faire connaitre la diversité des métiers industriels présents sur le territoire auprès du grand public

Descriptif:

- Organiser une information multi-canal grand public sur les métiers industriels.
- Optimiser la déclinaison territoriale des actions nationales telle que « la semaine de l'industrie ».
- Favoriser l'ouverture des sites industriels locaux aux habitants.

Modalités de mise en œuvre :

- Partenariat à constituer avec l'Etat, la Région et ses partenaires pour organiser des déclinaisons locales des dispositifs nationaux et régionaux de valorisation de l'industrie
- Alimenter la stratégie Territoire d'industrie d'actions de valorisation multi-canal (rencontre local de l'industrie (entreprises, acteurs de l'emploi, Education Nationale etc.) vidéo de visite, témoignage, guide des métiers, valorisation dans les musée etc.)
- Faciliter l'organisation de visite de site des collégiens et lycéens du territoire (partenariat avec Education Nationale et entreprises)
- Création d'une bourse aux stages des métiers industriels (en partenariat avec la CCI)
- Action à mener avec les têtes de réseaux des filières industrielles

Facteurs de réussite:

- Adhésion des parties prenantes (entreprises industrielles, Education Nationale, pôle emploi etc.)

Indicateurs de suivi

- Retour qualitatif sur les vecteurs de communications
- Nombre de visite d'entreprises
- Nombre de stage

Indicateurs d'impact

- Évolution du nombre de stagiaires locaux dans les entreprises industrielles locales
- Évolution des inscriptions en cursus de formation des métiers industriels

Publics cibles:

Entreprises industrielles, jeunes (collégiens, lycéens), habitants, EN

Echéancier :

Moyen-terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Action à inscrire dans le plan territoire d'industrie

Co-pilotage Etat- EPCI –partenaires territoriaux -CCI

Estimation budgétaire:

10 % ETP CCHV

Budget d'intervention à ajuster au regard de la mutualisation possible dans le cadre du plan territoire industrie)

AXE 3	Action 3.5	AIDER LES ARTISANS, COMMERÇANTS, AGRICULTEURS À INVESTIR DANS LE RENOUVELLEMENT DE LEUR OUTIL DE TRAVAIL

Contexte :

- Tissu dense et dynamique d'artisans sur le territoire
- Des difficultés à investir dans le renouvellement des machines/équipements
- Difficultés à investir dans la mise aux normes des locaux

Objectifs:

- Soutenir le tissu d'artisans, de commerçants et d'agriculteurs locaux, relais de croissance, pourvoyeur d'emploi local et animateur du territoire
- Conforter le tissu d'artisans, de commerçants et d'agriculteurs dans son rôle d'animateur du territoire

Descriptif:

- Aider les artisans aux montages de projets
- Communiquer sur les dispositifs d'aide à l'investissement et à la modernisation à destination de l'artisanat, du commerce et de l'agriculture
- Accompagner techniquement les artisans, les commerçants et les agriculteurs dans leur projet
- Aider financièrement les artisans, les commerçants et les agriculteurs aux montages de projets

Modalités de mise en œuvre :

- Partenariat avec les chambres consulaires et le PNR sur le suivi et l'accompagnement du tissu d'artisans locaux
- Partenariat avec Initiative Vosges Centre Ouest pour création d'un fond de dotation (cf. action mise en place par CC2B)
- Informer sur les dispositifs d'aides existants notamment au sein des collectivités territoriales : site internet, réseaux sociaux, relais vers les communes…
- Organiser des actions d'informations des artisans de la CCHV
- Aider financièrement et techniquement les montages de projet
- Mobilisation des partenaires privés (banques) pour faciliter le montage de projet
- Mobilisation des dispositifs de la Région (artisanat de demain, ORAC (Opération collective de modernisation de l'artisanat et du commerce..))
- Accompagner et suivre sur le temps de projet et assurer un reporting auprès de la CCHV

Facteurs de réussite:

- Participation des artisans, commerçants et agriculteurs

Indicateurs de suivi

- Nombre d'entreprises accompagnées
- Nombre de projets suivis
- Nombre de réunions collectives organisées

Indicateurs d'impact

- Volume d'aides financière octroyées
- Nombre de projets menés à leur terme
- Impact d'amélioration de l'activité des artisans

Publics cibles:

Artisans, commerçants et agriculteurs dans une démarche de modernisation de leurs outil de production

Echéancier :

Court-Moyen-terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Lien direct, accompagnement d'entreprise à la mise en place d'action d'adaptation de leurs activités

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilotage : Chambres consulaires, PFIL Initiative Centre Ouest Vosges

Estimation budgétaire:

Selon le nombre d'entreprises accompagnées (aide individuel 3000-5000 €)

AXE 3	Action 3.6	SOUTENIR LES PROJETS D'INVESTISSEMENT DES ENTREPRISES DANS LA RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LEURS ACTIVITÉS

Contexte :

- La CCHV est un territoire dont le tissu économique est composé de nombreuses petites et moyennes entreprises dans des secteurs d'activité traditionnelle avec des dominantes locales autour du commerces et de l'artisanat.
- Le défi territorial de cette dynamique entrepreneuriale est d'accueillir et maintenir ces entreprises localement pour les voir croitre et créer de l'emploi.
- Ces entreprises sont parfois plus fragiles économiquement et n'ont pas la surface financière pour engager des travaux de réhabilitation de leurs locaux et équipements.

Objectifs:

- Réduire l'impact environnemental des entreprises locales
- Réduire les coûts d'exploitation des entreprises locales

Descriptif:

- Développer l'information des entreprises sur la disponibilité des aides pour:
  - Soutenir les projets d'adaptation des immobiliers économiques
  - Lancer des démarches d'éco-conception
  - Soutenir les investissements d'équipements moins énergivore
- Favoriser l'accès aux aides par un accompagnement et un suivi
- Soutenir ponctuellement des projets d'envergures appelant la compétence de la CCHV

Modalités de mise en œuvre :

- Partenariat avec l'agence régional et département (cadre du partenariat)
- Organisation de réunion d'information sur les dispositifs de soutien financier sur étude éco-conception et investissement en lien avec aides aux entreprises de la Région (exemple aide ressource en eau, aide photovoltaïque, amélioration, reconversion bâtiment etc.)
- Aider les entreprises à constituer leurs dossiers
- Assurer le suivi des bénéficiaires du territoire et assurer un rapport d'activité

Facteurs de réussite:

- Capacité du territoire à soutenir financièrement des projets
- Pérennisation du partenariat Département - CCHV

Indicateurs de suivi

- Nombre d'entreprises accompagnées
- Nombre de projets suivis
- Nombre de réunions collectives organisées

Indicateurs d'impact

- Volume d'aides financières octroyées
- Nombre de projets menés à leur terme
- Évaluation de la réduction de l'impact environnemental des activités soutenues

Publics cibles:

entreprises

Echéancier :

Moyen-long terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Lien direct, adaptation des activités, développement des activités en circuits-courts, développement de la production locale

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilotage : Département et agence régionale

Estimation budgétaire:

Selon le nombre d'entreprises accompagnées

AXE 3	Action 3.7	SOUTENIR LA MUTUALISATION DE MATÉRIEL ET DE PERSONNEL POUR FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DE LA VALORISATION DES PRODUITS AGRICOLES

Contexte :

- Réduction du nombre d'agriculteurs sur le territoire
- Fragilité et précarité de l'activité agricole
- Barrière à l'entrée importante pour des agriculteurs individuels pour investir dans la valorisation de leurs production brute

Objectifs:

- Favoriser la diversification agricole
- Favoriser la valorisation agricole

Descriptif:

- Sensibilisation des agriculteurs
- Mettre en réseaux des agriculteurs pour mener des actions collectives
- Soutenir financièrement la mutualisation personnels, de matériels et de lieux de valorisation agricole en lien avec les dispositifs existants

Modalités de mise en œuvre :

Partenariat/convention

- Organisation de réunion d'information et recrutement d'agriculteurs
- Accompagnement d'un groupe d'agriculteurs dans le montage de projet
- Aide financière à l'investissement
- Partenariat avec les chambre consulaires sur le suivi et l'accompagnement
- Organiser des actions d'informations des agriculteurs de la CCHV
- Aider au montage de projet
- Mobilisation des partenaires privés (banques) pour faciliter le montage de projet
- Mobilisation des aides de la région (artisan de demain)
- Accompagner et suivre sur le temps de projet et assurer un rapport d'activité

Facteurs de réussite:

- Participation d'un nombre d'agriculteurs suffisant
- Capacité des agriculteurs à s'engager à co-investir dans les projets

Indicateurs de suivi

- Nombre d'entreprises accompagnées
- Nombre de projets suivis

Indicateurs d'impact

- Volume d'aides financière octroyées
- Nombre de projets menés à leur terme
- Impact d'amélioration de l'activité des agriculteurs (évolution CA, revenus etc.)

Publics cibles:

agriculteurs étant dans une démarche de mutualisation de leurs outil de travail

Echéancier :

Moyen-terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Lien direct, adaptation des activités, développement des activités en circuits-courts, développement de la production locale

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Pilotage : PNR-Chambres d'agriculture, programme LEADER

Partenaire : CCHV

Estimation budgétaire:

Selon le nombre d'entreprises accompagnées

VOLET TOURISTIQUE

PRIORITÉS STRUCTURANTES DU COMITÉ DE PILOTAGE

Actions socles indispensables à une action publique efficace

1.1	Faire converger les moyens d'un marketing de marque Vosges sous ombrelle et porteur d'une déclinaison Hautes-Vosges
1.5	Appuyer et coordonner les socio-professionnels dont les développements d'activités ciblent les publics d'intersaison et dynamiser ainsi un réseau de professionnels
5.1	Rationnaliser l'organisation touristique du territoire
6.5	Accentuer la capacité du territoire à faire prendre en compte la problématique Montagne dans le Massif

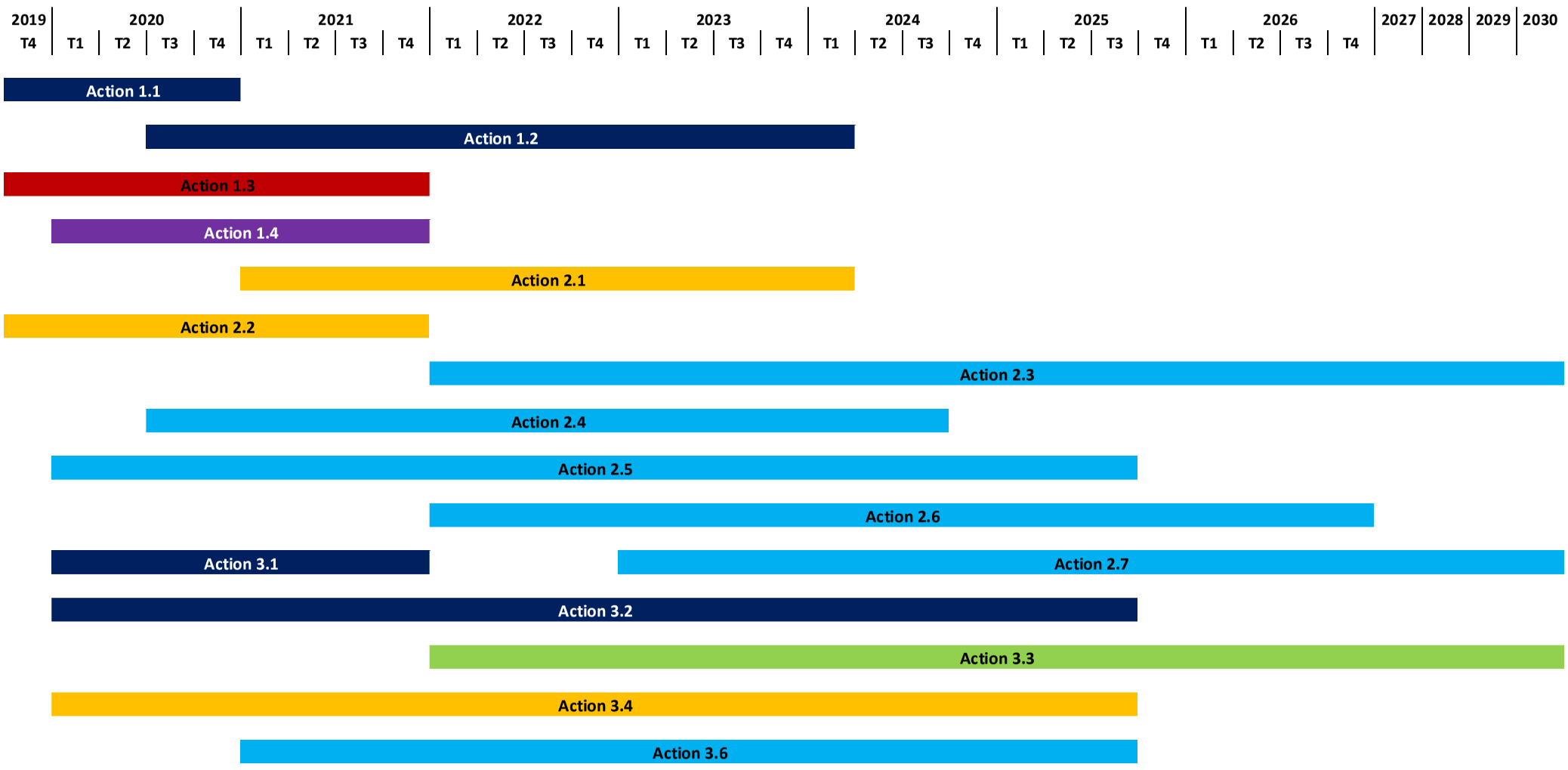
Actions structurantes d'impulsion

3.9	Engager une politique de qualification de l'hébergement
3.11	Optimiser l'offre évènementielle du territoire
4.3	Développer le slow-tourisme
4.4	Créer un équipement de mise en récit des Hautes-Vosges
4.9	Développer et diversifier les espaces de loisirs couverts pour jours de temps maussade
4.11	Révéler la filière pêche, sportive et de loisirs, autour d'une Maison de l'eau
4.12	Mobiliser du foncier pour un Chemin des Cimes, belvédère en forêt des paysages vosgiens

Actions volontaristes

1.3	Accorder de la place aux retours d'expérience et témoignages dans les supports de promotion
1.4	Améliorer l'efficacité des vitrines promotionnelles du territoire
2.6	Inciter les acteurs du territoire à engager des démarches en faveur d'un accueil durable
3.2	Renforcer et qualifier le tourisme d'immersion nature par filière
3.4	Accompagner la mise en tourisme des espaces d'interprétation du patrimoine
4.10	Expérimenter un usage non motorisé de la Route des crêtes au format d'un événement Slow Up

Volet touristique



AXE 1	Action 1.1	FAIRE CONVERGER LES MOYENS D'UN MARKETING DE MARQUE VOSGES SOUS OMBRELLE, ET PORTEUR D'UNE DÉCLINAISON HAUTES VOSGES ET DE SES STATIONS

Contexte :

Une promotion du territoire éclatée avec des marques de station à la notoriété historique (Gérardmer, La Bresse) et une marque institutionnelle (Hautes-Vosges Tourisme).

Un manque de lisibilité à l'échelle extra-communautaire et départementale sur les valeurs et les spécificités propres au territoire des Hautes Vosges tel que constitué. Une marque de destination Massif dans laquelle les acteurs Hautes Vosges peinent à se reconnaître.

Objectifs:

Construire une marque Hautes-Vosges comme déclinaison d'une marque ombrelle Vosges existante à choisir (il ne s'agit pas d'en créer une nouvelle)

Descriptif:

- Qualifier les traits d'une déclinaison de la marque ombrelle, s'inscrivant dans la démarche de marketing territorial pour bénéficier de moyens de promotion impactants pour la destination qu'une marque HV nouvelle n'aura jamais. Appuyer le département comme acteur moteur de la promotion du Massif à l'international
- Travailler dans le champ touristique à la déclinaison de la marque Vosges départementale sous ombrelle du Massif, pour qualifier graphiquement et textuellement les marques touristiques préexistantes, en révélant les valeurs et les spécificités de l'économie des Hautes Vosges

Modalités de mise en œuvre :

- Réunion préalable CD 88 : état des lieux des échanges sur les marques territoriales. Le Conseil Départemental travaille actuellement sur le sujet.
- Mener à une échelle supra communautaire une enquête clientèle de réputation sur l'ensemble des marques existantes pour acter les orientations stratégiques en matière de marketing
- Convoquer une AMO communication et marketing, sur 5 mois, pour accompagner le questionnement sur une marque ombrelle et sa mise en œuvre par une déclinaison Hautes-Vosges.

Indicateurs de réussite:

Identification claire de la destination

Publics cibles:

Publics extérieurs au territoire qu'ils soient futurs séjournants touristiques ou actifs en quête d'opportunités d'emplois

Professionnels des secteurs touristiques et économiques pour qui l'attractivité et la visibilité du territoire sont essentielles à leurs activités

Echéancier :

Priorité 1 – à court terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Promotion d'un espace naturel et préservé. Richesse des paysages et des savoir-faire

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Communauté de communes, associant les structures de promotion du territoire (OTI, OT de la Bresse, SIVU Htes Vosges), Massif des Vosges et ARC Grand Est et Conseil départemental

Estimation budgétaire:

Enquête clientèle de réputation : 7.000 € HT

AMO communication et marketing (5 mois) : 5.000 à 8.000€ HT

AXE 1	Action 1.2	DYNAMISER UN RÉSEAU DES PROFESSIONNELS À L'ÉCHELLE DE LA MONTAGNE EN SOUTENANT ET COORDONNANT LES SOCIO-PROFESSIONNELS S'APPUYANT SUR LES PUBLICS D'INTERSAISON

Contexte :

Une revendication d'un tourisme 4 saisons qui reste encore concentrée sur les saisons hivernale et estivale
Une interconnaissance des acteurs qui fait encore défaut aujourd'hui
Enquête régionale en cours

Objectifs:

Faire connaître la destination à de nouveaux publics sur les intersaisons pour étaler la saison touristique et améliorer le remplissage des hébergements

Renforcer une dynamique de réseau professionnel à l'échelle de la montagne

Descriptif:

Capitaliser sur les acteurs de la montagne engagés sur l'intersaison pour susciter plus d'interaction partagée, avec une incitation communautaire (événement, produit touristique) au travers de nouveaux packages

S'en servir pour développer l'intégration des moyens des OT et des opérateurs qui misent sur une 3e ou une 4e saison

Modalités de mise en œuvre :

Initiative de regroupement portée par l'Office de Tourisme communautaire, avec implication éventuelle de partenaires institutionnels (OT La Bresse/SIVU, PNR, Massif des Vosges, etc.)

Réflexion avec l'ensemble des acteurs sur la coordination d'un réseau de professionnels à l'échelle du Massif

Indicateurs de réussite:

Nombre de partenaires engagés

Nombre de groupes nouveaux mobilisés en demi-saison

Intégration de la réflexion à l'échelle du Massif

Publics cibles:

Professionnels du secteur touristique (notamment en misant sur le public « couples », en tenant compte de leurs attentes et spécificités)

Echéancier :

Priorité 2 – à court ou moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Etalement des flux touristiques

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Offices de Tourisme Partenaires: Communauté de Communes des Hautes Vosges, SIVU Tourisme Hautes-Vosges , PNR, Massif des Vosges et ART Grand Est (qui pilote le pacte de destination Massif des Vosges) , Département

Estimation budgétaire:

étude marketing et AMO appui mise en marché destination 4 saisons: 45.000€ € HT *Contribution de la CCHV participant avec contrepartie des prestataires privés concernés, coût d'opération global 85.000€*

AXE 1 ex 5	Action 1.3	RATIONNALISER L'ORGANISATION TOURISTIQUE DU TERRITOIRE EN MAILLANT PLUS EFFICACEMENT LES STRUCTURES PILOTES DU TERRITOIRE : CCHV, SIVU ET OFFICES DE TOURISME

Contexte :

Une réorganisation issue de la loi NOTRe (partage de la compétence tourisme entre Région, Département et EPCI) laisse coexister des instances ayant des missions se recouvrant partiellement SIVU, OT HV (Gérardmer) et OT de station La Bresse ;

polyvalence obligée des conseillers en séjour n'autorisant pas assez de montée en compétence sur les missions de back office devenues cruciales ; le territoire pèse peu dans les instances Massif des Vosges alors que son poids économique du tourisme y est majeur.

Objectifs:

- À défaut d'intégration des exécutifs, identifier les missions méritant d'être mutualisées pour autoriser une spécialisation plus grande de salariés accédant ainsi à une évolution valorisante de carrière rendant service au territoire

Descriptif:

- Expertise stratégie touristique des exécutifs; réinterroger la place du SIVU dans l'exécutif

Modalités de mise en œuvre :

- AMO conseil en management
  - Prendre la mesure et faire comprendre la force de frappe de la Dream Team actuelle des exécutifs réunis (personnels dédiés par mission, budgets opérationnels) si leur coopération déjà initiée, était accrue – sans omettre ce que les coopérations par convention avec d'autres y ayant un intérêt peut libérer de marge de manoeuvre nouvelle
  - Identifier les missions du back office cruciales
  - Identifier les outillages nécessaires à créer ou mutualiser
  - Pérenniser le groupe de travail

- Identifier les missions du back office cruciales pour l'avenir, soit parce que menacées (centrale d'achats, évolution du conseil en séjour au comptoir,…) soit parce que requérant un surcroît d'investissement, une spécialisation et une qualification (notamment mesure de l'impact économique du tourisme, GRC, interface web interpro, promo et réseaux sociaux, accompagnement qualité, …)
- Identifier les outillages nécessaires, les capacités et intérêts à évoluer des personnels et les opérations pilotes à mener pour faire grandir les savoir- faire des exécutifs des OT
- Pérenniser le groupe de travail initié sur la gouvernance pour superviser

Indicateurs de réussite:

Conventionnements entre opérateurs éclatés, voire intégration partielle ou totale de certains

Extension des pratiques de mutualisation (comme sur l'édition entre OT Hautes Vosges et La Bresse actuellement)

Publics cibles:

Décideurs des offices

Personnel des exécutifs touristiques du territoire

Echéancier :

Priorité 1 – à court terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe mais rationalisation donc diminution de dépenses inutiles

Mutualisation des savoir-faire

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Communauté de communes, OTs et SIVU concernés, communes touristiques concernées

Estimation budgétaire:

AMO d'accompagnement en 4 séquences mobilisant les techniciens de l'exécutif et les élus du territoire : 7.0000 à 8.000€ HT

AMO conseil en management : de l'ordre de 40 entretiens individuels et de réunions collectives, soit de 6.000 à 7.000€ HT

Ex AXE 6	Action 1.4 ex 6.5	ACCENTUER LA CAPACITÉ DU TERRITOIRE À FAIRE PRENDRE EN COMPTE LA PROBLÉMATIQUE MONTAGNE

Contexte :

Le territoire pèse peu dans les instances Massif des Vosges alors que le poids économique du tourisme en montagne y est majeur.

Certains acteurs du territoire contribuent au Pacte d'initiative régionale et porté Vosges (promotion de la marque)

Un Contrat de destination Massif des Vosges coordonne la structuration de 5 filières : le directeur de l'OTI y représente le territoire au titre des OT de Lorraine (mais aucune communauté).

Enfin, la marque Massif est encore questionnée par les professionnels quant à la chance d'impacter le territoire des Hautes-Vosges.

Néanmoins, la présence numérique de la marque est du même ordre que celle de Vosges Tourisme, mais à une échelle plus large.

Objectifs:

- Outiller la représentation du territoire pour mieux faire entendre, et mieux relayer les préoccupations dominantes des acteurs de terrain

Descriptif:

- Envisager un concours communautaire à la promotion pour avoir voix au chapitre de la politique promotionnelle de la marque et au contrat de destination
- Organiser le jeu des acteurs du territoire pour faire exister le réseau d'acteurs au niveau de l'instance Massif, via la représentation institutionnelle : contribution spécifique à l'information économique des Hautes-Vosges? Outillage pour témoignages sur format numérique de plus d'acteurs des Hautes Vosges?
- Organiser une meilleure diffusion des actions Massif en cours d'élaboration auprès des acteurs des Hautes Vosges, pour que les acteurs locaux notamment professionnels n'aient plus le sentiment d'être mis devant le fait accompli.

Modalités de mise en œuvre :

- Participation financière de la Communauté de communes au Pacte de destination
- Institution d'une « Page actu » des socio-professionnels du territoire pour informer des dispositions validées à des échelles supra-communautaires et d'un blog d'échange sur l'extranet partagé
- Saisir l'occasion de la renégociation du Contrat de destination pour accentuer les filières impactant la montagne ; implication financière de la collectivité au contrat ? Questionner le massif sur l'idée d'intégrer des collectivités

Indicateurs de réussite:

Une meilleure appréhension des actions conjointement et de leurs impacts sur le territoire

Une représentation plus fortement instituée,

Prise en compte de l'intégration des collectivités dans les instances du Massif

Publics cibles:

Institutionnels du territoire et opérateurs du tourisme

Echéancier :

Priorité 1 - à court terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Démarche participative et collective sur une échelle de Massif

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Communauté de communes, OT communautaire représentant les OT de Lorraine

Estimation budgétaire:

Pacte de destination, ticket d'entrée : 10.000€HT/an

Provision : 40.000€HT/an de co-financement pour peser sur les choix à cette instance

Outillage numérique : voir fiche 1.4.

Ex AXE 3	Action 2.1 ex 3.9	ENGAGER UNE POLITIQUE DE QUALIFICATION DE L'HÉBERGEMENT POUR RÉPONDRE AUX EXIGENCES ACTUELLES DE CONFORT

Contexte :

Une tradition d'accueil ancienne et un parc d'hébergement touristique très dense et varié mais vieillissant qui a besoin d'accélérer sa rénovation.

Une image de destination familiale accessible qui favorise le développement d'hébergement de moyenne gamme, mais qui ne doit pas occulter l'importance d'un niveau de confort et de modernité différenciant. Un cadre institutionnel existant de soutien à prendre en compte.

Objectifs:

- Moderniser le parc d'hébergement touristique du territoire pour aligner les modalités du confort avec les attentes des clientèles
- Inscrire la rénovation et la réhabilitation des locations touristiques dans les perspectives environnementales en favorisant des constructions et aménagements minimisant la consommation d'énergie et durables écologiquement

Descriptif:

Sensibiliser par la démonstration de réalisations, et inciter les hébergeurs à entreprendre des travaux de qualification de leur hébergement en identifiant les aides mobilisables à l'échelle de la Région et du département

- Encourager la montée en gamme
- Etablir un code de confort « Vosges » pour la rénovation des hébergements (choix des matériaux, décoration, etc.)

Accompagner et aider les professionnels de l'hébergement à établir des diagnostics structure pour cibler les travaux d'optimisation écologique pouvant être menés

Suivre l'avancement des démarches selon une logique d'échange et d'interconnaissance des pratiques à l'usage des autres professionnels

Modalités de mise en œuvre :

- Etude ciblant et priorisant les investissements à concéder sur l'hébergement dans l'objectif croisé de confort et de montée en gamme
- Relais des appels à projets régionaux et programmes d'aides subventionnant des projets de construction/rénovation énergétiquement exemplaires et en faveur de la transition écologique et accompagnement du porteur de projet
- Incitation par l'institution d'un programme de subvention spécifique porté par la Communauté de communes pour des travaux à contenance écologique
- Mise à disposition du Cahier de style déployé par le département, préconisant le choix des matériaux, la gamme chromatique, etc.

Indicateurs de réussite:

Démarche qualité

Nombre de projets portés

Publics cibles:

Hébergeurs du territoire professionnels ou propriétaires privés de meublés locatifs

Echéancier :

Priorité 2 - à court et moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Réduction de la consommation d'énergie

Diminution des déchets

Valorisation paysagère du territoire

Maîtrise d'ouvrage Communauté de communes

Partenaires :

Offices de Tourisme et SIVU ; Région : s'inscrire dans les politiques régionales (ex : meublés de tourisme) ; Département CAUE des Vosges et Offre de service et dispositif d'aide à l'immobilier d'entreprises ; Espace Info Energies

Estimation budgétaire: 1**/**10 tps dédié opérateur CCHV

8.000€HT pour expertise hébergement

40.000€/an sur 10 ans pour programme de subvention et d'aide aux hébergeurs

AXE 3	Action 2.2 Ex 3.11	COORDONNER L'OFFRE ÉVÈNEMENTIELLE DU TERRITOIRE DANS SON ORGANISATION ET SON ÉTALEMENT RAISONNÉ

Contexte :

L'organisation d'évènements dans les Hautes Vosges connaît un véritable essor, notamment par le biais des évènements sportifs.

Un déficit de lisibilité d'ensemble entre évènements à renommée internationale et micro-évènements locaux.

Une dynamique actuelle, publique et privée, entachée d'un constat de saturation et de fragilisation de l'environnement naturel.

Objectifs:

- Harmoniser l'organisation d'évènements sur le territoire pour pérenniser la dynamique sans impacter sur la préservation des milieux naturels qui font l'identité et l'image du territoire
- Mieux partager les informations entre professionnels
- Etaler l'évènementiel sur l'ensemble des saisons de manière à contribuer au tourisme 4 saisons et à l'élargissement des publics tout en favorisant une gestion durable de l'activité évènementielle

Descriptif:

- Créer un agenda commun dynamique transmettant entre professionnels les informations essentielles et évitant les saturations.
- Interroger le rôle de la Communauté de Communes dans la mise en débat de l'étalement de la programmation évènementielle : arbitrage, sélection
- Systématiser une gestion durable dans l'organisation des évènements : gestion des déchets, nuisances, etc.)

Modalités de mise en œuvre :

- Etat des lieux des outils dans chaque structure de promotion en termes d'informations de l'évènementiel
- Développement du back office des OT des territoires pour la mise en œuvre d'un agenda partagé à usage des organisateurs
- Développement d'un pack d'organisation durable d'événements : toilettes sèches, bacs de tri, etc.

indicateurs de réussite:

Diminution des conflits d'usage

Publics cibles:

Publics de niche mobilisable en inter-saison

Publics captifs sur les évènements actuels pour fidélisation

Echéancier :

Priorité 3 – à court terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Diminution de la pression sur les milieux naturels

Réduction des déchets

Maîtrise d'ouvrage :

OTs des territoires et SIVU Compte tenu de l'échelle plus large de la communauté

Partenaires : Programme LEADER du Pays de Remiremont et ses Vallées (programme actuel)

Estimation budgétaire:

Pack d'organisation : 12.000€HT

Développement du back office : voir action 1.4

Spécialisé un mi-temps de l'exécutif territorial sur la gestion coordonnée des évènements et actualisation de l'agenda partagé

Ex AXE 4	Action 2.3 Ex 4.3	**DÉVELOPPER LE SLOW-TOURISME : EXPÉRIENCES DE RECONNEXION À LA NATURE, DE RESSOURCEMENT/REMISE EN FORME ET DU SOIN DE SOI PAR LA NATURE**

Contexte :

Un créneau autour du bien-être et de la sylvothérapie en pleine croissance, à partir d'une légitimité revendiquée de territoire de nature, et ce en toute saison.

Une tradition de culture des plantes aromatiques et médicinales qui retrouve un regain d'intérêt dans les pratiques actuelles, mais qui a besoin d'un faire-valoir.

Marque FORê l'Effet Vosges, en cours de redéploiement par le Département à l'échelle du Massif des Vosges .

Une nécessité de renouveler les stations et la possibilité de renforcer leur développement vers des activités autour du ressourcement et de la remise en forme, faisant lien entre une nature qui permet de se régénérer et les secteurs du loisir et de la santé.

Objectifs:

- Faire reconnaître les Hautes-Vosges comme une destination plus que nature, présentant une vraie dimension de connexion à la nature
- Anticiper ainsi la conversion des stations de moyenne montagne menacée par la raréfaction de la neige
- Réduire l'effet de saisonnalité touristique sur le territoire
- Maintenir les savoir-faire locaux de culture des plantes médicinales et aromatiques

Descriptif:

Sous action n° 4.3.1. : Revisiter le concept des stations climatiques en toute saison en encourageant et en aidant au développement des filières autour du soin de soi par la nature (sylvothérapie, déconnexion numérique, "ne rien faire")

- A terme, rechercher des partenariats et solliciter des professionnels de santé pour mieux mailler loisirs et santé, notamment autour des pratiques de médecines douces
- Favoriser une rénovation des équipements de station pour des usages inter-saisonniers (transport de personne, par exemple) et qualitatifs sur le plan environnemental (inscription dans le paysage, matériaux, énergie…)
- Développer des produits touristiques ciblés à l'échelle des stations (restauration bio de la fourche à la fourchette, activités de ressourcement physique et mental, cadre d'accueil et hébergement, modes de déplacement 0 émission de CO2, etc.)

Sous-action 4.3.2. : Structurer l'offre autour des « bienfaits des plantes »

- Mettre en place de produits touristiques dédiés (séjour, visite d'exploitation, stages découverte, etc.)
- Solliciter la création d'un espace d'initiation propre à révéler les bienfaits des plantes alliant découverte, collecte participative, hébergement, restauration, cabinet de santé et lieu d'accueil pour des stages

AXE 4	Action 2.3 Ex 4.3	DÉVELOPPER LE SLOW-TOURISME : EXPÉRIENCES DE RECONNEXION À LA NATURE, DE RESSOURCEMENT/REMISE EN FORME ET DU SOIN DE SOI PAR LA NATURE

Sous action n° 2.3.1. : Revisiter le concept des stations climatiques en toute saison en encourageant et en aidant au développement des filières autour du soin de soi par la nature (sylvothérapie, déconnexion numérique, "ne rien faire")

Modalités de mise en œuvre :

- Recensement des projets existants (Bol d'Air, Ermitage des Frères Joseph…)
- Communication sur les aides et programmes possibles
- Coordination d'un groupe de travail « slow tourisme » dédié regroupant les professionnels du tourisme et des stations : échanges de bonnes pratiques, interconnaissance, montage de projet, etc.
- Accompagnement aux investissements privés des gestionnaires de station pour développer de nouvelles activités
- Si nécessaire ou opportun, lancement d'appels à projets

Indicateurs de réussite:

Redéploiement de la fréquentation des stations à l'année

Maintien d'une fréquentation hivernale

Publics cibles:

Publics de niche (professionnels, sportifs, personnes en convalescence…)

Publics de citadins

Echéancier :

Priorité 1 – à moyen et long terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Adaptation des équipements en faveur d'une gestion durable des ressources en eau

Transition des activités de station pour un impact moindre sur la montagne

Développement d'une filière à partir des potentialités locales

Maîtrise d'ouvrage : Communauté de communes

Partenaires : Département : Forêl'effet Vosges, Massif des Vosges, PNR, DDT; Programme LEADER du Pays de Remiremont et ses Vallées (programme actuel)

Estimation budgétaire:

Fonction des projets retenus

AXE 4	Action 2.3 Ex 4.3	**DÉVELOPPER LE SLOW-TOURISME : EXPÉRIENCES DE RECONNEXION À LA NATURE, DE RESSOURCEMENT/REMISE EN FORME ET DU SOIN DE SOI PAR LA NATURE**

Sous-action 2.3.2. : Structurer l'offre autour des « bienfaits des plantes »

Modalités de mise en œuvre :

- Recensement de l'existant, des besoins des professionnels pour éventuellement prévoir une étude d'opportunité pour la création d'un lieu dédié aux « bienfaits des plantes »
- Constitution d'un répertoire des professionnels « bienfaits des plantes » pour les accompagner dans leur développement (recherche de financement, création de produits touristiques, etc.), en lien avec les partenaires (offices de tourisme, PNR et les labels Forê, Vosges Terroir et Bleu Vert Vosges)
- Prise en compte de la problématique de stockage:. Par expérience, les producteurs vendent tout ce qu'ils produisent
- Faire le lien avec la marque FORê l'Effet Vosges
- Etude d'opportunité pour la création d'un lieu dédié aux « bienfaits des plantes »

Indicateurs de réussite:

Redéploiement de la fréquentation des stations à l'année

Maintien d'une fréquentation hivernale

Publics cibles:

Publics de niche (professionnels, sportifs, personnes en convalescence…)

Publics d'urbains

Echéancier :

Priorité 1 – à court et moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Préservation de la biodiversité

Développement d'une filière à partir des potentialités locales

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de communes,

Partenaires Offices de Tourisme et SIVU

Conseil départemental

Chambre d'agriculture – Vosges Terroir

Bleu Vert Vosges

PNR

PETR de Remiremont et ses vallées

Estimation budgétaire:

3.000€ HT/an pour communication et packaging

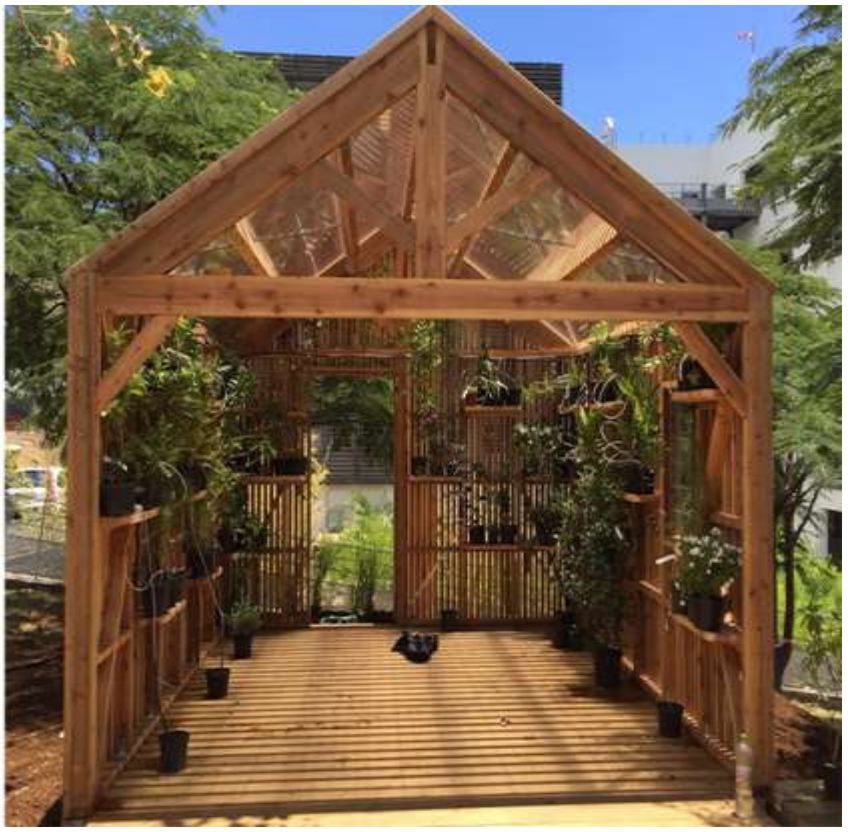
25.000€HT pour une étude d'opportunité

Du bienfait des plantes

<u>Jardin Nurserie, Ecole du Jardin planétaire</u>, Hôpital de Saint-Denis (La Réunion).

Jardin pépinière participatif de plantes médicinales

Ateliers, collecte de plantes, histoires et témoignages, démonstrations, rencontres…



MAITRES DU RÊVE

Ex AXE 4	Action 2.4 Ex 4.4	CRÉER UN ÉQUIPEMENT DE MISE EN RÉCIT DES HAUTES-VOSGES AVEC UN SHOWROOM DES SAVOIR-FAIRE LOCAUX

Contexte :

L'économie du territoire a été modelée par son histoire : l'entreprenariat et les industries, le tourisme entre station balnéaire et montagne de proximité.

Manque manifeste d'un point d'ancrage fédérateur pour les Vosgiens racontant la naissance d'un territoire entre tourisme de destination, industries et savoir-faire de montagne

Objectifs:

- Révéler par une lecture sensible et incarnée, la longue histoire des Vosges qui repose sur la mémoire des anciens et le récit intergénérationnel
- Fédérer par un lieu partagé de découverte sur le territoire
- Renouveler l'expérience des clientèles fidèles en ré-enchantant leur compréhension d'un paysage qu'ils croyaient connaître.

Descriptif:

- Employer un dispositif ayant recours au registre du spectaculaire et les techniques du multimédia automatisé
- Recueillir et rassembler les ressources nécessaires à alimenter le dispositifs : objets, témoignages, sources historiques et littéraires, etc.
- Dimensionner l'équipement en fonction de ce à quoi on le rattache comme faire valoir ou motif principal de visite:
  - Une salle d'évocation intégrée à un autre équipement culturel ou touristique sur un flux de visites
  - Un équipement autonome proposant un parcours scénarisé, un showroom démonstratif des savoir-faire adossé à des vocations marchandes (salon de thé ou halle terroir ou artisanat d'art par exemple)
- Ce type de dispositif sait motiver le pas de côté pour le grand public du moment qu'il s'en donne les moyens : attractif par un écrin paysager et/ou patrimonial ou par son environnement de services.

Modalités de mise en œuvre :

- Recensement de l'existant et des potentialités , en lien avec les musées du territoire et les communes
- Étude de vocation et faisabilité et programmation, avec choix d'implantation
- Choix du lieu d'implantation :
  - Soit en situation de porte passante : Porte Sud de Vagney, Porte Nord de Champdray sur la Vologne, Porte Est de la Centre d'accueil de la Route des Crêtes et Porte de l'Ouest au Tholy couplé à la Halle de Terroir
  - Soit en situation de centre de gravité à l'échelle du Massif dans son ensemble (Champdray ?) valorisant un environnement de services et de retombées économiques

Indicateurs de réussite: Identification de projets menés, satisfaction des touristes et résidents

Publics cibles:

Touristes et excursionnistes

Echéancier :

Priorité 1 – à moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Un équipement exemplaire en matière d'éco-construction

Communication sur les richesses locales – ancrage local

Maîtrise d'ouvrage : Communauté de communes

Partenaires : Département, PNR, Musées du territoire

Estimation budgétaire:

25.000€ HT à 35.000€ HT pour l'étude préalable

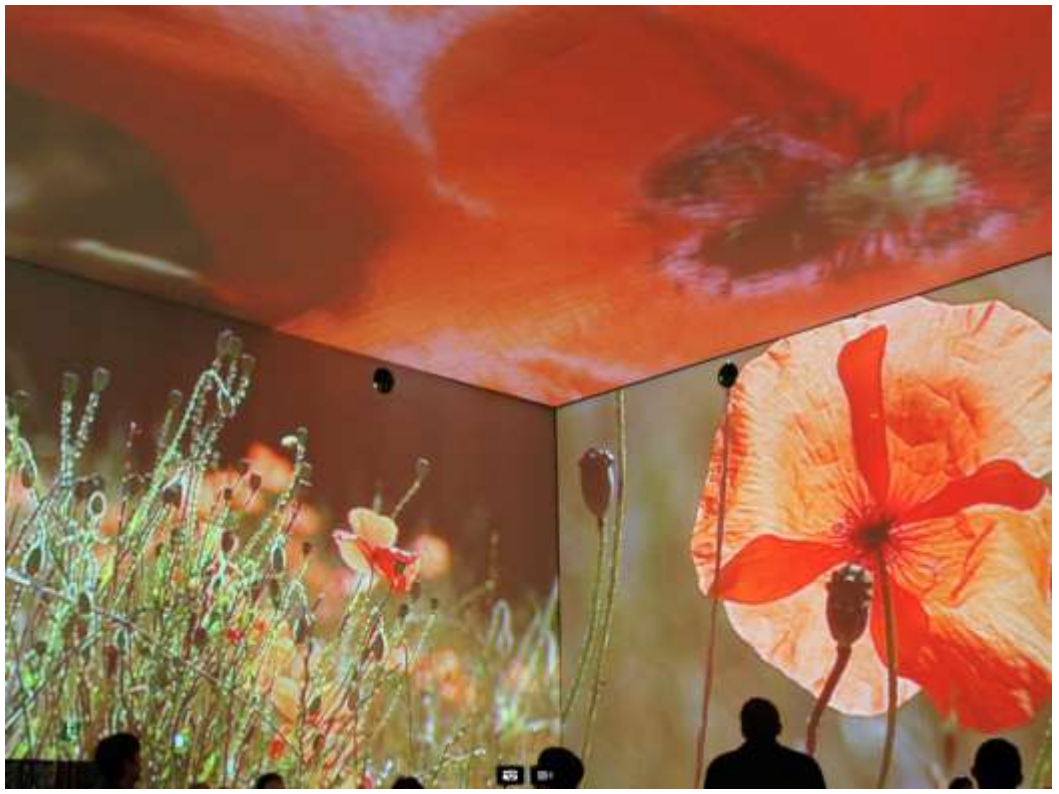
Pour une séquence immersive (1 pièce) : 100 000 € pour 15 minutes cycliques sans surveillance + 4 000 €/an de fonctionnement. Durée de vie = 10 ans

METTRE EN RÉCIT LE TERRITOIRE

Espace des découvertes, cognac (16).

3 états d'un Showroom de plus de 15 ans retissant les liens d'une histoire au long cours: en-deça et au-delà de la reconnaissance d'un produit phare le Cognac

https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/09/01/les-technologies-immersives-au-secours-du-tourisme-du-patrimoine-et-de-la-culture_5505149_3234.html#xtor=AL-32280270



Pavillon expo universelle Chine

Bénévent l’abbaye

Bastogne warmuseum

https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/09/01/les-technologies-immersives-au-secours-du-tourisme-du-patrimoine-et-de-la-culture_5505149_3234.html#xtor=AL-32280270

Ex AXE 4	Action 2.5 Ex 4.9	DÉVELOPPER ET DIVERSIFIER LES ESPACES DE LOISIRS COUVERTS POUR JOURS DE TEMPS MAUSSADE

Contexte :

Une offre de loisirs très diversifiée mais concentrée sur les périodes de haute saisonnalité et sur des pratiques en extérieur.

Le constat d'une offre insuffisamment développée par rapport aux capacités d'accueil du territoire.

Un manque d'alternatives attrayantes en cas de mauvais temps. Lien à faire avec la démarche Massif des Vosges en famille

Objectifs:

- Adapter la pratique d'activités de loisirs aux aléas météorologiques
- Améliorer le remplissage des hébergements par la reconnaissance d'une vitalité de la montagne même par mauvais temps
- Consolider le tourisme 4 saisons en étendant l'offre à l'année

Descriptif:

- Conforter les nouveaux espaces de loisirs couverts

- Cibler la création d'un nouvel équipement polyvalent et reflet de l'effet nature local

Modalités de mise en œuvre :

- Recensement des projets privés (Bol d'Air par exemple)
- Répertoire de nouveaux prestataires pour proposer des offres couplées en lien avec d'autres prestataires touristiques mieux identifiés (escape game, laser…)
- Repérage de lieux d'implantation (extension, parcelle, etc.) pour faciliter l'investissement d'opérateurs privés dans ce domaine tout en veillant à ce qu'ils offrent l'occasion de faire rayonner l'offre sur tout le territoire
- Réalisation d'une étude préalable d'opportunité et appel à projet et/ou conventionnement avec opérateur privé gestionnaire assurant le contrôle de l'accès aux différentes activités
- Appels à projet sur des créneaux non satisfaits aujourd'hui (escalade, parcours d'obstacle tel Blast à Pantin, kids park) ou nouvelles tendances (réalité virtuelle)
- Portage d'un projet pilote innovant, signature du territoire, faisant écho aux expériences d'immersion nature et s'inscrivant dans une démarche écologique : choix des matériaux, consommation de ressources naturelles et d'énergies, etc.

Indicateurs de réussite:

Hausse de la fréquentation des équipements

Satisfaction des clientèles

Action à lier avec la fiche 1.2 (4 saisons)

Publics cibles:

Clientèle touristique d'excursionnistes et de séjournants

Famille de résidents

Echéancier :

Priorité 1 – à court terme

Priorité 1 – à moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Limiter la mobilisation de foncier en capitalisant sur l'existant

Un équipement exemplaire en matière d'éco-construction et des activités peu énergivores

Maîtrise d'ouvrage Communauté de communes, **partenaires :** Offices de Tourisme et SIVU, Département , Communes , Prestataires privés , EPFL Massif des Vosges

Programme LEADER du Pays de Remiremont et ses Vallées (programme actuel)

Action pouvant s'inscrire dans le cadre du Pacte Offensive Croissance Emploi (POCE)

Estimation budgétaire:

3.000€HT/an pour le renouvellement des actions de promotion/packaging

40.000 + 6% honoraires MO = 42.400 €HT pour étude préalable

Développer et diversifier les espaces de loisirs couverts

Parkour : parcours d'obstacles

Blast, Pantin : arène de 1000m^2, auquel s'associe un espace de crosstraining et de yoga
Publics : familles, groupes d'amis, novices et initiés
Encadrement par des professionnels, avec un programme pédagogique pour s'entraîner.

Développer et diversifier les espaces de loisirs couverts

Escalade et canyoning

Parc de réalité virtuelle

Vésubia Park Moutain, Saint-Martin-Vésubie

Ex AXE 4	Action 2.6 Ex 4.11	RÉVÉLER LA FILIÈRE PÊCHE, SPORTIVE ET DE LOISIRS, AUTOUR D'UNE MAISON DE L'EAU

Contexte :

Un territoire dessiné et organisé par l'eau (lacs, rivières, cascades…), sans que cette ressource ne fasse l'objet à ce jour d'une mise en lumière

Un potentiel non négligeable pour le développement d'une activité de pêche de loisirs, grâce à rivière et lacs en cohérence avec la volonté d'un tourisme 4 saisons.

Objectifs:

- Générer une économie du séjour spécialisée « pêche » articulée à un faire valoir nécessaire de la rareté EAU
- Au-delà de la pratique actuelle très circonscrite, révéler un vrai potentiel de filière touristique mésestimé aujourd'hui tirant parti de l'étalement 4 saisons des pratiques, entre lac et rivières
- redécouverte de la pêche avec celle des milieux naturels dans une optique de préservation de l'état naturel (notamment pêche no-kill)

Descriptif: Renforcer la filière touristique pêche :

- En déployant un équipement référent d'interprétation et d'éducation sur le registre de la ressource en eau : disposer d'une vitrine atypique sur le territoire alliant discours scientifique, animations pédagogiques, immersion dans les enjeux planétaires des états de l'eau avec focales sur les Vosges façon maison de l'eau de Pont-en-Royans par exemple) découvertes initiatiques et rencontres avec des professionnels de l'énergie
- En aménageant et structurant les services pour des séjours allant de l'initiation tel l'apprentissage à la pratique d'amateurs en attente de professionnalisme :
  - Mieux articuler les temporalités différentes de pêche en rivière et pêche en lac à partir des substrats existants (lac de Saulxures, Le Tholy, etc.)
  - Mobiliser plus de structures d'accueil dédiées proposant stages d'initiation, location de matériels, etc. et **d'hébergements** en adéquation à la conquête de public plus exigeant (cf gîtes de pêche labellisés par Gîtes de France).
  - Développer des packages hébergeurs, restaurateurs et prestataires de loisirs de séjours thématiques
  - Accentuer le marketing et l'adéquation de l'accueil existant aux attentes de publics prêts à payer le prix

Modalités de mise en œuvre :

- Questionner d'autres EPCI et les partenaires pour étudier la pertinence de créer un projet commun (par exemple CCPVM politique autour de l'eau, fête de l'eau) ; Concertation avec la Fédération de pêche des Vosges et des 14 associations agréées du territoire, structures de loisirs, hébergeurs et restaurateurs locaux pour :
  - Un référencement lisible de l'offre existante avec production d'un support
  - L'organisation de séjours en package et création de produits touristiques dédiés, notamment sur les lacs naturels et de type découverte pour un public familial
  - Accompagnement dans l'aménagement des équipements pour s'assurer de leur intégration paysagère et leur pertinence
  - Elaboration de package et dossier spécifique afférents
- Etude d'opportunité, faisabilité et implantation/mutualisation avec un autre service pour la création d'une Maison de l'eau et de la pêche
- Questionner l'articulation des deux démarches s'adressant à des publics différents

Indicateurs de réussite:

nombre de cartes de pêche

Remplissage hébergement en demi-saison

Nombre de visiteurs de la Maison de la pêche

Publics cibles: Grand public et Publics de niche prêt à payer le prix d'un confort de séjour spécialisé

Publics scolaire et familial, publics de groupe

Echéancier : Priorité 2 – à moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Sensibilisation à la préservation des milieux et des espèces aquatiques

Renforcement des efforts de renaturation des cours d'eau

Equipement exemplaire et référent en matière de production et réduction de la consommation d'énergie

Maîtrise d'ouvrage : Communauté de communes ; **Partenaires :**

Offices de Tourisme et SIVU , Communes , Fédération de pêche des Vosges et associations de pêche locales , Département, DREAL, Agence de l'eau

Estimation budgétaire: 4.000€ HT pour support de communication dédié séjour pêche

1/5 ETP dédié pêche par spécialisation d'un chargé de mission OT, soit 6.000€HT/an

25 000 €HT à 30.000€HT pour une étude préalable d'opportunité, faisabilité et lieu d'implantation Maison de l'eau/pêche

PRATIQUER LA PÊCHE ET SENSIBILISER À LA NATURE

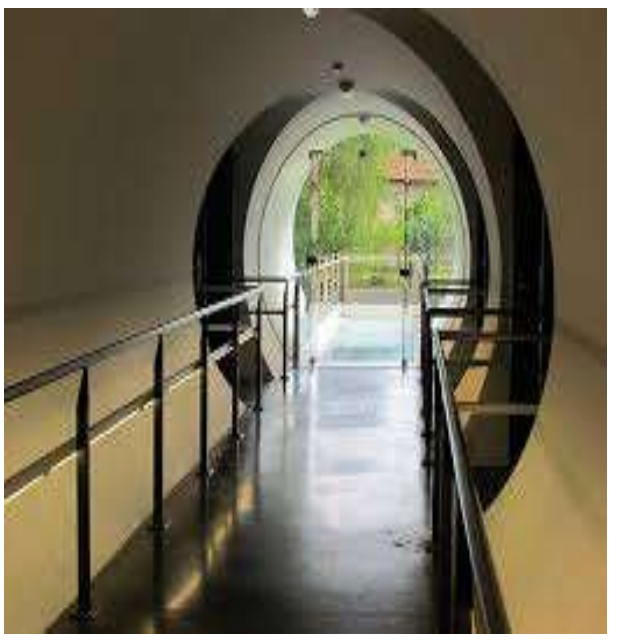
Hébergement, aménagement, initiation, loisirs

Découvrir le cycle de l'eau avec l'aquaponie

CENTRE D'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT, ENJEUX PLANÉTAIRES DE L'EAU

<u>Le musée de l'eau à Pont-en-Royans</u>, Parc Naturel Régional du Vercors (Isère).
Hôtel de 31 chambres, restaurant et espace séminaire
1 salle présentant les « Eaux du monde »,
Expositions temporaires,
Salle de cinéma -3 films en projection dont 2 en 3D,
Bar à eau - dégustation de l'eau.

<u>Chiffres clés</u> :
35 726 personnes (2014)
5 000 scolaires accueillis
31 000 couverts
7 000 nuitées



CENTRE D’ÉDUCATION À L’ENVIRONNEMENT, ENJEUX PLANÉTAIRES DE L’EAU

Centre d’interprétation de l’eau
(Andorre, Québec, Maroc)

MAÎTRES DU RÊVE

Ex AXE 4	Action 2.7 Ex 4.12	PAYSAGES VOSGIENS, EN S'INSPIRANT NOTAMMENT DES INNOVATIONS NORD EUROPÉENNES (CHEMIN DES CIMES)

Contexte :

Une montagne et une nature de proximité perçue comme le bol d'air accessible et familial

Une variété de paysages et de milieux qui offre peu de prises de hauteur panoramiques

Une présence arborée dense

Objectifs:

- Donner à lire le territoire et ses paysages
- Intensifier l'expérience d'immersion nature par un dispositif en bois de chemin accédant aux cimes des arbres
- Privilégier des solutions accessibles aux PMR

Descriptif:

- Mobiliser du foncier public, en partenariat avec l'ONF, pour créer les conditions d'un investissement privé sur un foncier mis à disposition en PNR comme en forêt noire ou PN de Bavière
- Intéresser un investisseur privé pour l'aménagement et l'exploitation
- Inscrire tout projet dans le respect du cadre règlementaire de préservation de la forêt

Modalités de mise en œuvre :

- Organisation d'un voyage d'étude pour prendre la mesure de l'impact positif sur l'environnement, structurant sur les activités de pleine nature et motivant les visiteurs de tous ordres et tous âges (Allemagne ou Tchéquie) dans des pays et des espaces protégés très soucieux de préservation
- Assistance au repérage de foncier mobilisable
- Expertise de faisabilité pour cadrer le projet d'aménagement à partir de la parcelle retenue et les conditions de gestion et de fonctionnement du site
- Travaux de réalisation

Indicateurs de réussite :

Retombées de notoriété et économiques pour le territoire

Publics cibles:

Tout public

Echéancier :

Priorité 3 - à long terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique :

Retour à la nature, outil servant à faire comprendre l'impact du changement climatique sur la nature et les paysages vosgiens

Un équipement qui s'intègre pleinement dans le milieu forestier, avec une majorité des matériaux naturels (à l'exception de poteaux en béton)

Maîtrise d'ouvrage : Communauté de commune

Partenaires ONF, Propriétaires privés, Conseil Départemental , Massif des Vosges, PNR Programme LEADER du Pays de Remiremont et ses Vallées (programme actuel)

Estimation budgétaire :

Organisation et frais afférents d'un voyage d'étude communautaire, incluant cet objectif et la découverte d'économie rurale étrangère : 2.500€ à 5.000€ HT

AMO repérage de foncier et caractérisation des parcelles : 7.000€HT

Expertise pour cadrer le projet objectivant les conditions de réussite selon le type d'équipement : 24.000€ HT

Expertise juridique sur les modalités de montage de projet et de mise à disposition de domaine public le cas échéant : 6.000€ HT

En parc naturel allemand, Investissements privés auxquels les collectivités contribuent sur accès et parking le cas échéant (jusqu'à 1,5M€)

Ex AXE 1	Action 3.1 Ex 1.3	ACCORDER DE LA PLACE AUX RETOURS D'EXPÉRIENCE ET TÉMOIGNAGES PERSONNALISÉS DE VISITEURS, *GREETERS* ET AUTRES AMBASSADEURS DU TERRITOIRE DANS LES SUPPORTS DE PROMOTION

Contexte :

Une communication et une promotion du territoire qui manque d'incarnation et d'approche sensible pour toucher le visiteur/futur habitant

Un développement touristique historique qui repose en grande partie sur une clientèle fidèle, et pourtant peu mobilisée pour faire écho de son expérience des Hautes Vosges

Objectifs:

S'appuyer sur les ressorts du marketing affectif pour incarner l'esprit de convivialité propre au territoire et valoriser l'expérience à venir vivre en Hautes.Vosges..

Contribuer à la fidélisation des clientèles par le partage et l'échange

Valoriser la fierté locale de résidents pour révéler et faire valoir les pépites et opportunités du territoire auprès des clientèles touristiques et de nouveaux résidents.

Descriptif:

- Adapter les outils de promotion pour intégrer des témoignages d'expérience (rubrique, blog, etc.) cf. action départementale
- Définir et formaliser les conditions pour inciter et recueillir les témoignages et l'implication des ambassadeurs : sollicitation de plusen plus de blogueurs, démarchage, canaux d'échanges, compensation…
- Entretenir le maintien et le développement d'une communauté de fans réactive voire proactive, pour faire caisse de résonance sur le web

Modalités de mise en œuvre :

- Expliciter la démarche et démarchage auprès des résidents et des acteurs du territoire pour récolter leurs témoignages
- Mettre au point la démarche à faire pour partager un témoignage : désignation d'un interlocuteur privilégié au sein de l'Office de Tourisme communautaire, choix du format (écrit, vidéo, portrait, etc.), formalisation d'une trame de questionnaire, d'une liste de pièces à fournir (type photo) associée à un autorisation d'exploitation et de diffusion, etc.
- Déterminer la complémentarité avec le service communication du Conseil Départemental et les autres partenaires
- Formalisation d'un kit communication : d'une liste de pièces à fournir (type photo) associée à une autorisation d'exploitation et de diffusion, etc..

Indicateurs de réussite:

La mise en œuvre concrète de l'opération-pilote avec enquête de satisfaction auprès des professionnels et du public

Prise en compte de l'intégration des collectivités dans les instances du Massif

Publics cibles:

Clientèle touristique, acteurs touristiques et économiques du territoire ; Résidents.

Echéancier :

Priorité 1 - à court terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Démarche participative sur une échelle de Massif, démarche collective

Promotion d'un espace naturel et préservé. Richesse des paysages et des savoir-faire

Maîtrise d'ouvrage :

Communauté de communes **Partenaires** : Commissariat au Massif, OTI des Hautes Vosges représentant les OT de Lorraine

Estimation budgétaire:

Mobilisation d'une personne référente (20% d'un ETP) : 6.000€

Ex. Intervention de vidéastes pour 10 brèves : 11.000€ HT ; recours éventuel à travaux d'étudiants d'école multimédia (à 50% du coût)

Mobilisation du responsable communication, webmestre et *community manager* pour la compilation et mise en ligne des témoignages

Ex AXE 1 | Action 3.2 Ex 1.4 | AMÉLIORER L'EFFICACITÉ DES VITRINES PROMOTIONNELLES DU TERRITOIRE

Contexte :

Des sites institutionnels multiples dont le référencement n'est pas clair, ce qui brouille le message auprès du visiteur.
Des modes de présentation vieillissants (format, *template et design*, arborescence, hiérarchisation des contenus)

Objectifs:

Palier l'effet de confusion des informations et des structures agissant dans le domaine de la promotion touristique

Moderniser et adapter les outils et pratiques des professionnels vis-à-vis des attentes actuelles et enjeux environnementaux

Descriptif:

Acter une refonte des vitrines numériques du territoire pour une navigation plus intuitive et une meilleure cohérence et lisibilité d'ensemble :

- Proposer une refonte coordonnée des sites internet de l'OT communautaire, OT La Bresse et SIVU en lien avec les perspectives de mutualisation imaginées entre les structures
- Développer le back office à destination des professionnels en co-construisant notamment un agenda partagé pour gagner en visibilité évènementielle et anticiper les risques de saturations ponctuelles d'évènements

Adapter les supports de promotion aux échelles d'action et aux nouveaux modes de découverte :

- -Formaliser une carte interactive mutualisée du territoire pour une meilleure représentativité de la diversité des activités possibles
- En décliner une version au format d'application le cas échéant (version responsive)
- Rationnaliser l'usage des supports papier (lisibilité et démarche écologique) en ne les utilisant que pour les registres irremplaçables (notamment cartographie pliable , topoguide, où leur valeur ajoutée reste reconnue…)

Modalités de mise en œuvre :

Acter une refonte des vitrines numériques du territoire pour une navigation plus intuitive et une meilleure cohérence et lisibilité d'ensemble, à lier avec l'ensemble des supports promotionnels du territoire (éditions :

- Audit des vitrines éclatées et prescriptions de webdesigner des moyens d'une convergence progressive, le cas échéant
- AMO mise en place des outils de synchronisation et de communication : Agenda partagé, Newsletter…

Adapter les supports de promotion aux échelles d'action et aux nouveaux modes de découverte

Création d'une carte interactive, avec un outil simple facilement utilisable :

- Tirer parti de l'opération de modélisation 3D du Massif par l'agence Kalkin pour servir de support à un outil numérique d'information géolocalisé sur haut relief
- Création éventuelle sur le fond relief de teaser permettant de mettre le spectateur en situation de progresser dans une découverte sur un mode convivial, interactif, voire ludique et dans la langue de chacun (façon visitLéotoing), le cas échéant au format d'application.

Indicateurs de réussite:

Extranet commun des opérateurs de vitrine éclatés, dont agenda commun

Spécialisation par mutualisation d'un webdesigner et d'un *community manager*

Publics cibles:

Publics excursionnistes et touristiques et professionnels du secteur

Echéancier :

Refonte des vitrines : Priorité 2- à court terme

Carte interactive - Priorité 1 -à court terme

Pour le reste : Priorité 2 – à moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Evitement des concentrations d'évènements sur un lieu donné

Réduction de l'usage du papier et des supports jetables

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Communauté de communes, Offices de Tourisme, SIVU

Offices de Tourisme/SIVU Tourisme

Estimation budgétaire:

20 000 € pour la réorganisation et modernisation du mode de navigation et pour l'établissement d'une trame commune et AMO mise en œuvre

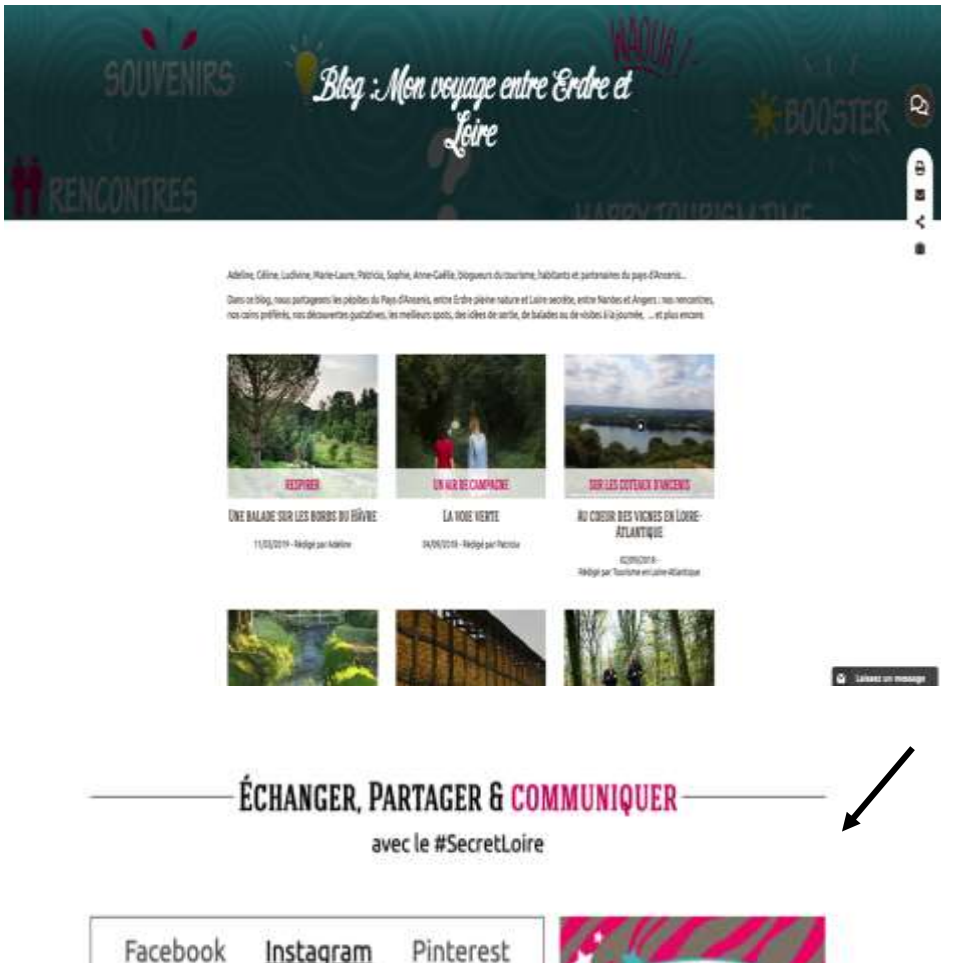
200 € pour le changement du nom de domaine, le cas échéant

Temps dédié par un opérateur d'OT : 1/3 ETP, soit 12.000€/an

1 000 € pour la création d'une carte interactive informative,

AMÉLIORER L'EFFICACITÉ DES VITRINES PROMOTIONNELLES DU TERRITOIRE

OT du Pays d'Ancenis, de la carte physique des « coups de cœur » des visiteurs à l'office au blog impliquant les locaux pour délivrer et partager leurs secrets et aux partages sur les réseaux sociaux valorisés en page d'accueil du site internet



Sites des OT du Pays de Barr et de la Vallée de la Bruche

- Hiérarchiser les informations par thématiques, zones géographiques, coups de cœur pour une meilleure rediffusion
- Défendre une logique territoriale au-delà des locomotives de destination

AXE 2	Action 3.3 Ex 2.6	INCITER LES ACTEURS DU TERRITOIRE À ENGAGER DES DÉMARCHES EN FAVEUR D'UN ACCUEIL DURABLE (APPROVISIONNEMENT, AMÉNAGEMENT ET ÉQUIPEMENT)

Contexte :

Une diversité de ressources naturelles et une agriculture, pourtant constitutive des paysages de montagne, sous-valorisée dans les dynamiques de développement touristique

Un environnement et un cadre de vie à magnifier au titre de l'adaptation au changement climatique

Objectifs:

- Affirmer une spécificité d'accueil des Hautes Vosges à partir d'un substrat local riche et dense
- Mailler plus étroitement les ressorts de l'approvisionnement aux opportunités de découverte du territoire
- Inscrire les préoccupations environnementales actuelles dans la qualification de l'accueil touristique

Descriptif:

- Définir un plan cadre identifiant les segments prioritaires d'engagement : circuits-courts alimentaires, linges de maison, matériaux de construction.
- Valoriser les initiatives déjà portées et développées par les acteurs du territoire
- Informer les acteurs du territoire sur les filières existantes et les savoir-faire mobilisables
- Animer la démarche de rencontres interprofessionnelles pour le passage de témoignages et un partage d'expériences

Modalités de mise en œuvre :

- Constitution d'un répertoire des démarches existantes (Agrilocal 88)
- Développement d'animations et d'activités éco-responsables (animation sur les possibilités de recyclage du plastique, compostage, permaculture,…)Organisation de rencontres interprofessionnelles pour faciliter l'interconnaissance
- Mise à disposition de renseignement sur les aides et programmes de financements possibles
- Protocole d'évaluation des projets réalisés par les professionnels Hautes-Vosges pour porter à connaissance (Cf. Présence numérique de grands témoins du territoire (fiche 1.3))
- Accompagnement des professionnels dans la valorisation de leur engagement (repérage des éco-certifications, etc.)

Indicateurs de réussite :

Satisfaction des clients
Réduction des charges
Visibilité et notoriété acquise par accroissement de la clientèle et du chiffre d'affaires

Lien à faire avec le slow tourisme et les labels existants (Ecocert, clé verte, Hôtels au Naturel du PNRBV, ...

Publics cibles:

Résidents et séjournants sur le territoire

Echéancier :

Priorité 3 – à moyen-long terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Réduction des émissions de CO^2

Ancrage local des démarches d'approvisionnement des sites d'accueil, des savoir-faire et renforcement des filières d'approvisionnement locales

Maîtrise d'ouvrage Communauté de communes **Partenaires :**Conseil départemental

Offices de Tourisme, Chambre des Métiers et de l'Artisanat , Chambre de l'Agriculture PNR, ADEME

Estimation budgétaire:

1/2 ETP dédié, soit 20 000€/an

Budget opérationnel : 15 000€ au lancement, puis 10 000€ étalés sur 5 ans

PLATEFORME DE MISE EN RÉSEAU EN FAVEUR DE L'APPROVISIONNEMENT LOCAL

HÉBERGEMENT ET ACCUEIL DURABLE

Hébergement :

- Hôtel 3***, Conca Park, Sorrento (Italie)
- Gîte familial, Le Bocal (Charente)
- Hébergement de plein air, Camping Le Rêve (Lot).

Favoriser les circuits-courts et éviter le gaspillage, limiter l'usage du plastique, systématiser le recyclage, économiser les ressources en eau (hydroélectricité, récolte des eaux de pluie, etc.),…

EFFORT DE QUALIFICATION ET STRATÉGIE DE

Label Flocon Vert par l'Association Moutain Riders :

Il vise à identifier les destinations touristiques de montagne engagée dans des démarches durables.
En France, 6 stations sont d'ores et déjà labellisées :

- Station des Rousses du Haut-Jura,
- Valberg, Alpes-Maritimes
- Vallée de Chamonix-Mont Blanc,
- Station de Châtel en Haute-Savoie,
- La Pierre Saint Martin dans les Pyrénées-Atlantiques,
- Station Chamrousse en Isère

Au niveau international et hors du champ restreint du sport d'hiver, il existe le label **Green Globe.**

L'association militante **Moutain Wilderness France** met à la disposition sur son site internet de multiples ressources pour favoriser un développement en montagne respectueux de l'environnement naturel : aménagement, eaux, espaces protégés, installations obsolètes, loisirs, mobilité douce, pratiques sportives, tourisme.

- Le transport (navette, co-voiturage…)
- Le matériel (réparation, réemploi, recyclage) et l'équipement (remontée mécanique, téléphérique ajusté en fonction de l'affluence…)
- L'offre (rénovation et performance du bâti, usage énergétique des bâtiments, diversification des activités…)
- Le fonctionnement (activité d'entretien avec l'éco-damage, etc.)
- La sensibilisation (cendrier de poche, respect de la nature et de ses habitants...)

Plateforme de la Mouille, Chamrousse
Se chauffer avec le bois local

DES OUTILS AU SERVICE DES PROFESSIONNELS

Ardenne Tourisme, une logique de club pour développer l'éco-tourisme

Un club de professionnels identifiés pour leurs initiatives en faveur du développement d'activités et de démarches liées à l'éco-tourisme.

- Un outil d'auto-diagnostic en ligne selon le secteur d'activité
- Un agenda d'évènements et de rencontres ciblés sur la thématique
- Un coup de projecteur pour les acteurs mobilisés et des opportunités de développement en collaboration

Extrait du programme 2018-2019

Imaginons des séjours sans voiture

Le 17 décembre 2018 : Dinant
Le 18 décembre 2018 : Maubert-Fontaine
Le 19 décembre 2018 : Libramont

Durée : 2h (de 10h à 12h)

Pendant 2 heures mettons nous dans la peau d'un touriste qui arrive sans sa voiture en Ardenne et qui cherche : un hébergement, des endroits où se restaurer, des sites à visiter, des produits locaux à déguster et des activités à pratiquer... il aura peut-être même envie de traverser la frontière.... Que pouvons-nous lui proposer ?

L'idée n'est pas de construire un produit touristique mais bien d'affirmer que c'est possible, de valoriser ce qui existe déjà sur le territoire en proposant des idées de séjour #sansvoiture !

Destinée aux adhérents du Club Ardenne Ecotourism et de la marque Ardenne, Maisons de Tourisme et Offices de Tourisme.

S'inscrire

Découvrir les outils d'approvisionnement local

Le 17 janvier 2019 à Bouillon

Durée : 2h (de 10h à 12h)

Proposer un menu 100% ardennais ? Plus facile à dire qu'à faire !

Manque de temps, pas suffisamment informé, problèmes de logistique, de quantité... Les bonnes volontés sont parfois mises à mal face aux difficultés rencontrées pour pouvoir s'approvisionner en produits locaux.

Au cours de cette réunion, nous allons vous présenter deux outils qui pourront peut-être vous faciliter la tâche.

Destinée aux restaurateurs, propriétaires de tables d'hôtes, food trucks, snacking....

S'inscrire

Savoir valoriser son approvisionnement local

Le 25 février 2019 : Nismes
Le 26 février 2019 : Sedan

Les enjeux de l'approvisionnement local
Quels impacts des métiers de bouche sur L'environnement ?

Destinée aux restaurateurs, propriétaires de tables d'hôtes, food

AXE 3	**Action 3.4** ex 3.2	**RENFORCER ET QUALIFIER LE TOURISME D'IMMERSION NATURE PAR FILIÈRE**

Contexte :

Une activité touristique de station balnéaire et de montagne 4 saisons

De fait, des activités de loisirs en immersion nature bien implantées qui méritent une intensification parfois déjà projetée,

Nécessité d'enrichir le volet interprétation écosystème dont forêt, eau et énergies

Objectifs:

- Se démarquer des offres concurrentielles par une orientation plus volontaire vers l'immersion nature
- Renouveler les clientèles pour capter notamment des publics urbains, plus jeunes, et en quête de sensations éphémères /d'expériences authentiques et ressourçantes

Descriptif:

- **Sous-action 3.2.1**. : Appuyer le développement de l'agri-tourisme
- **Sous-action 3.2.2**. : Systématiser la mise en tourisme des filières de mobilité douce (randonnée, vélo, etc.) : aménagement d'itinéraires paysagers, maillage de services, dispositifs d'accompagnement, etc.
- **Sous-action 3.2.3**. : Intensifier l'offre d'hébergement en milieu naturel, insolite ou de plein air

Sous-action 3.4.1. : Appuyer le développement de l'agri-tourisme

Modalités de mise en œuvre :

- Identifier les dispositifs d'aides existants et les relais possibles avec les partenaires : Chambre d'Agriculture et PNR ; Action à mettre en lien avec le slow tourisme et les plantes médicinales
- Relayer les initiatives de diversification de la part des agriculteurs pour donner de la visibilité à la filière de l'agri-tourisme : recensement, cf. communication témoignage (action 1.3.)
- Accompagner les porteurs de projet dans la réussite de leur projet :
  - temps et appui administratif pour le repérage des aides et programmes de financement
  - facilitateur des démarches par un rôle d'interface avec les partenaires institutionnels
  - incitation et accompagnement à la qualification de l'offre en partenariat avec le PNR (Marque Valeur Parc) et les labels préexistants (Vosges Terroir, Bleu Vert Vosges))

Indicateurs de réussite:

Maintien du tissu agricole sur le territoire

Nombre de projets aidés/facilités

Publics cibles:

Publics excursionnistes et courts séjours expérientiels, notamment urbains et de proximité

Echéancier :

Priorité 1 – à court terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Préservation des paysages

Renforcement de l'ancrage local par la mise en tourisme d'une agriculture du terroir

Maîtrise d'ouvrage e : Chambre d'agriculture, Vosges Terroir

Partenaires :

OT communautaire, PNR, OTs du territoire

Estimation budgétaire:

implication d'un temps partiel de chargé de mission dédié de la Chambre d'agriculture ou du PNR ou Spécialisation d'un 1/3 ETP de l'OT ou de la CCHV, soit 12.000€/an

AXE 3	Action 3.4 ex 3.2	RENFORCER ET QUALIFIER LE TOURISME D'IMMERSION NATURE PAR FILIÈRE

Sous-action 3.4.2. : Systématiser la mise en tourisme des filières de mobilité douce (randonnée, vélo, etc.) : aménagement d'itinéraires paysagers, maillage de services, dispositifs d'accompagnement, etc.

Modalités de mise en œuvre :

- Etude en cours sur le schéma directeur des itinéraires cyclables --> le travail est commencé
- Capitaliser sur les expertises croisées des partenaires institutionnels : Conseil départemental, Massif des Vosges, Pays de la Déodatie/agglomération de Saint-Dié des Vosges sur le cyclisme et l'itinérance pédestre pour inscrire les actions de la CCHV en cohérence
- Identifier les mobilisations foncières possibles pour la création et l'aménagement de nouvelles voies cyclables sécurisées à l'intérieur du territoire en veillant à leur raccordement à des circuits extérieurs, puis lancement de marchés publics de travaux
- Instituer des rendez-vous réguliers avec les membres bénévoles des Clubs Vosgiens pour se mettre en phase avec la nouvelle dynamique communautaire (mutualisation des moyens matériels, financement, accompagnement à la professionnalisation, etc.), voire s'appuyer sur la disposition de l'agglomération de Saint-Dié des Vosges pour instituer un réseau d'entrepreneurs pédestres.

Indicateurs de réussite:

Kilomètres d'harmonisation des signalétiques

Nombre de passages aux éco-compteurs

Indice de décloisonnement des Clubs Vosgiens entre eux et avec la communauté

Publics cibles:

Publics excursionnistes et courts séjours expérientiels, notamment urbains et de proximité

Echéancier :

Priorité 2 - à moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Veiller à une intégration paysagère des aménagements et vecteurs de signalétique

Réduire la place de la voiture en ménageant des voies sécurisées pour des mobilités alternatives

Maîtrise d'ouvrage Communauté de communes

Partenaires : communes du territoire

Conseil départemental

Massif des Vosges

Pays de la Déodatie/Agglomération de Saint-Dié-des-Vosges

PETR de Remiremont et ses vallées

DDT

Estimation budgétaire:

Études préalables prestataires et aménagement voies douces : entre 15. à 20.000€ HT

Réalisation : 200 000 € HT en mode véloroute et à titre indicatif pour parcours en site propre sur emprise de la chaussée : 190€HT à 250€HT/ml

DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT

Outils numériques de découverte (balade commentée ou chasse aux trésors thématique)

Curseur « avant / après »

Photos et textes

Diaporamas : photos et sons

Vidéos

Illustration atelier-nature

Basé sur une carte géo-localisée, l'outil numérique permet de donner des informations contextuelles, à l'aide de différents médias. Les contenus multimédia peuvent être donnés point par point ou à rechercher par le visiteur lui-même (à la manière d'une chasse aux trésors) suivant le public ciblé.

L'outil peut être simple ou très sophistiqué, suivant la valeur ajoutée en termes d'interactivité, de brèves filmiques, d'images de synthèse ou de réalité augmentée.

AXE 3	Action 3.4 Ex 3.2	RENFORCER ET QUALIFIER LE TOURISME D'IMMERSION NATURE PAR FILIÈRE

Sous-action 3.4.3. : Intensifier l'offre d'hébergement en milieu naturel, insolite ou de plein air

Modalités de mise en œuvre :

- Recensement du foncier et lancement d'appels à projets pour solliciter des investissements privés
- Identification des spots paysagers préférentiels sur les petites communes de la vallée pour l'aménagement d'aires de camping-cars sans sanitaires et proches des chefs-lieux dotés de services avec sanitaires ; marchés publics de travaux en s'assurant d'une charte d'équipement qualitative et respectueuse de l'environnement naturel
- Incitation et accompagnement des professionnels de l'hébergement de plein air et insolite à engager des démarches qualité/labellisation
- Relais des aides régionales et départementales mobilisables pour l'hôtellerie insolite et de plein air

NB :Projet d'airs de bivouac mené par le PNRBV

Indicateurs de réussite:

Nombre de projets suivis

Consommation aux abords des lieux d'aires

Meilleure diffusion des pratiques de découverte hors des stations

Publics cibles:

Publics excursionnistes et courts séjours expérientiels, notamment urbains et de proximité

Echéancier :

Priorité 2 - à moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Intégration paysagère des aménagements touristiques

Maîtrise d'ouvrage: Communauté de communes, service tourisme

partenaires :

Région : s'inscrire dans les stratégies régionales – dispositif aides hébergements insolites

Département

PETR de Remiremont et ses vallées et programme LEADER

Fédération d'hébergments

Estimation budgétaire:

Plateforme non équipée : 45€HT/m2, revêtement de sol (agglomérat par résines végétales) et bloc type éco-green permettant vacuoles enherbées 50€/m2

6% d'honoraires MO sur le montant des travaux (supérieur à 7.000€ HT)

AXE 3	Action 3.5 Ex 3.4	ACCOMPAGNER LA MISE EN TOURISME DES ESPACES D'INTERPRÉTATION DU PATRIMOINE VERNACULAIRE ET DE VALORISATION DES SAVOIR-FAIRE

Contexte :

Une méconnaissance des richesses historiques et patrimoniales du territoire

Des structures dont le fonctionnement associatif reste fragile et dont le modèle de valorisation devient désuet

Un substrat artisanal très actif sur le territoire qui ouvre la voie à un traitement didactique et en partage de ces savoir-faire

Objectifs:

- Pérenniser des structures muséales et artisanales fragiles essentielles au maintien d'une identité vosgienne par une diversification des modalités de découverte
- Les mettre en réseau comme partie prenante des activités touristiques du territoire

Descriptif:

- Etudier les conditions d'optimisation de fonctionnement des structures muséales et leurs partenariats avec le milieu de l'artisanat.
- Ré-enchanter les espaces d'interprétation du patrimoine vernaculaire et historique par la scénographie, l'évènementiel et le numérique. Dans la continuité de ce qui a pu être engagé aux musées du bois ou du textile, apporter une expertise pour identifier et prioriser les actions de renouvellement et de développement pouvant être menées dans les champs de la scénographie, la visite d'entreprise, l'apprentissage d'activités, les évènements,…
- Action à lier avec la fiche 2.4

Modalités de mise en œuvre :

- Concertation avec les instances propriétaires, les associations gestionnaires et les partenaires institutionnels pour renforcer la mise en réseau et définir les conditions de mutualisation et d'entraide collective (gestion, tarification, fonctionnement, promotion), les opportunités professionnelles des personnels associatifs
- Intensification de l'expérience à vivre dont modalités de mobilisation des artisans ou artistes en faveur de démonstrations ou d'initiations
- Lancement d'une expertise de faisabilité sur le redéploiement scénographique, la place de l'expérientiel/apprentissage et développement des structures culturelles et patrimoniales
- Relais des aides régionales pour la valorisation et la médiation du patrimoine culturel

Indicateurs de réussite:

Nombre de sites faisant l'objet d'une qualification

Evolution de leur fréquentation

Participation accrue au réseau des différents centres d'intérêt

Place accrue de l'expérientiel

Publics cibles:

Publics fidèles et de séjournants touristiques

Associations gestionnaires des institutions muséales

Echéancier :

Priorité 1 – à court terme

Priorité 1 - à moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Pas de contribution directe

Maîtrise d'ouvrage et partenaires :

Instances propriétaires des sites (communes), avec soutien de Communauté de communes, Région : s'inscrire dans les stratégies régionales

DRAC, Programme Leader

Estimation budgétaire:

1/3 ETP, soit 12.000€ HT d'accompagnement des sites existants

18.000€ à 25.000€HT pour étude préalable jusqu'à pré-programmation

Ré-enchanter les espaces de valorisation patrimoniaux

Univers scénographiques de référence.

Décors d'appel, voire muséographie de contextualisation

Bornes interactives et tables multitouch

Entrée en matière par des portraits qui s'animent

Dispositifs immersifs conjuguant différents niveaux d'appréhension

RÉ-ENCHANTER LES ESPACES DE VALORISATION PATRIMONIAUX

Univers scénographiques de référence.

Maquette en regard d'univers picturaux

Changement d'échelle ou de temporalité

Entrée en matière par des maquettes
Un appel pour les sites (Les architectures sont valorisées dans le CIAP)

AXE 4	Action 3.6 ex 4.10	CRÉER L'ÉVÉNEMENT SUR LA ROUTE DES CRÊTES EN LA RENDANT ACCESSIBLE EXCEPTIONNELLEMENT SUR UN MODE DOUX - ÉVÉNEMENT SLOW UP

Contexte :

- Une route de montagne historique particulièrement renommée pour les points de vue qu'elle offre sur le Massif. En conséquence, un espace fortement fréquenté et par de multiples usagers (automobilistes, motards, cyclistes, randonneurs), créant des conflits d'usage et un effet de saturation.
- Une navette des Crêtes peu usitée. Une chaîne de fermes-auberges dont l'économie repose sur l'itinérance motorisée.
- Un intérêt exprimé à ce que soit testé un espace de découverte privilégié, hors des usages motorisés.

Objectifs:

- Faire à partir de la Route des Crêtes rendue douce exceptionnellement, un événement majeur vecteur de communication
- Définir les conditions de flux en circulation douce (navette, vélo, VAE, etc.) susceptibles de convaincre hébergeurs, restaurateurs et commerçants de l'intérêt de ce marqueur d'image des Vosges futur
- Révéler et préserver la biodiversité et les paysages naturels du secteur

Descriptif:

- S'inspirer du format événementiel Slow UP Alsace sur le territoire : un parcours de mobilité douce fermé d'accès à tout véhicule motorisé le temps d'un événement, ambiance festive (musique, pique-nique terroir et auberge) et sportive (randonnée, vélo)
- Associer les fermes auberges au dispositif dès la conception de l'événement, à partir de l'analyse des succès ailleurs : proposition de panier repas, accès et locomotion « verte », etc.
- Assurer les conditions d'accueil et d'accès à la Route pour les publics : location de vélos, transport en commun, télésiège, incitation au co-voiturage, zone de stationnement.

Modalités de mise en œuvre : ex 4.10

- Inscription du projet dans la volonté territoriale de soutenir des marqueurs forts des Vosges dans l'esprit de la communication « Je vois Vie en Vosges »
- Constitution d'un comité de pilotage travaillant sur un événement possible composé des partenaires institutionnels, des collectivités, des OT, des socioprofessionnels du secteur de la route des crêtes
- Concertation pour choix des animations et date
- Temps dédiés des chargés de mission communautaires (Plan Climat et tourisme) à l'animation de la concertation ou/et AMO de montage de l'événement

Indicateurs de réussite:

Fréquentation de l'événement

Retombées économiques et d'image pour le territoire

Nombre de fermes-auberges participantes

Publics cibles:

Excursionnistes et touristes

Echéancier :

Priorité 1 – à court-moyen terme

Contribution à l'adaptation au changement climatique:

Sensibilisation à la préservation de la biodiversité

Réduction des pollutions et nuisances dues à l'usage de véhicules motorisés

Maîtrise d'ouvrage : Département ou délégation au PNR des ballons des Vosges

Partenaires : communautés de communes **concernées, offices de tourisme, conseils départementaux, Commissariat de massif** ; action éligible au programme Leader

Estimation budgétaire:

Temps dédiés : ¼ ETP, soit 12.000€ HT ou/et AMO de montage de l'événement : 15.000€ HT

Budget d'opération (organisation, personnels de surveillance, communication…) : 20 000€ HT

Mise en place de navette gratuite exceptionnelle ou modalités alternatives payantes (attelage, VAE, et tous modes doux) : 4.000 à 5.000€ HT

Retombées économiques pour le territoire et les services existants : 3 à 5 fois l'investissement entrepris