

SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DU TOURISME

2023-2028

JE VOIS LA VIE EN VOSGES



© Guillaume Robert-Famy



édito

Tous unis pour la destination Vosges !

L'attractivité touristique du Département des Vosges demeure, plus que jamais, un enjeu prioritaire pour le dynamisme économique de notre territoire. Elle s'inscrit dans un contexte de transformation du secteur touristique. Les effets du changement climatique, l'omniprésence du digital, l'évolution des pratiques des clientèles touristiques nécessitent de se renouveler, d'adapter notre offre et notre stratégie de communication pour préserver durablement nos ressources et notre économie touristique.

Ce schéma du tourisme, c'est notre cap pour 2028. Il s'agit de notre feuille de route construite avec vous et au service de tous les acteurs touristiques du territoire afin de faire des Vosges une destination de choix toute l'année, tant pour les amoureux de patrimoine, que pour les amateurs de déconnexion, d'activités de pleine nature ou de plaisirs de la glisse.

Dans la continuité du précédent schéma du tourisme, l'action du Département s'articulera autour de nos 4 filières prioritaires avec des ambitions encore plus fortes de développement de l'offre, de communication et promotion de la destination autour de la marque Je Vois la Vie en Vosges et de mise en réseau d'acteurs.

Notre stratégie se veut ambitieuse, pragmatique et adaptée aux enjeux d'attractivité de la destination Vosges, d'équilibre des territoires et d'un modèle touristique plus vertueux.

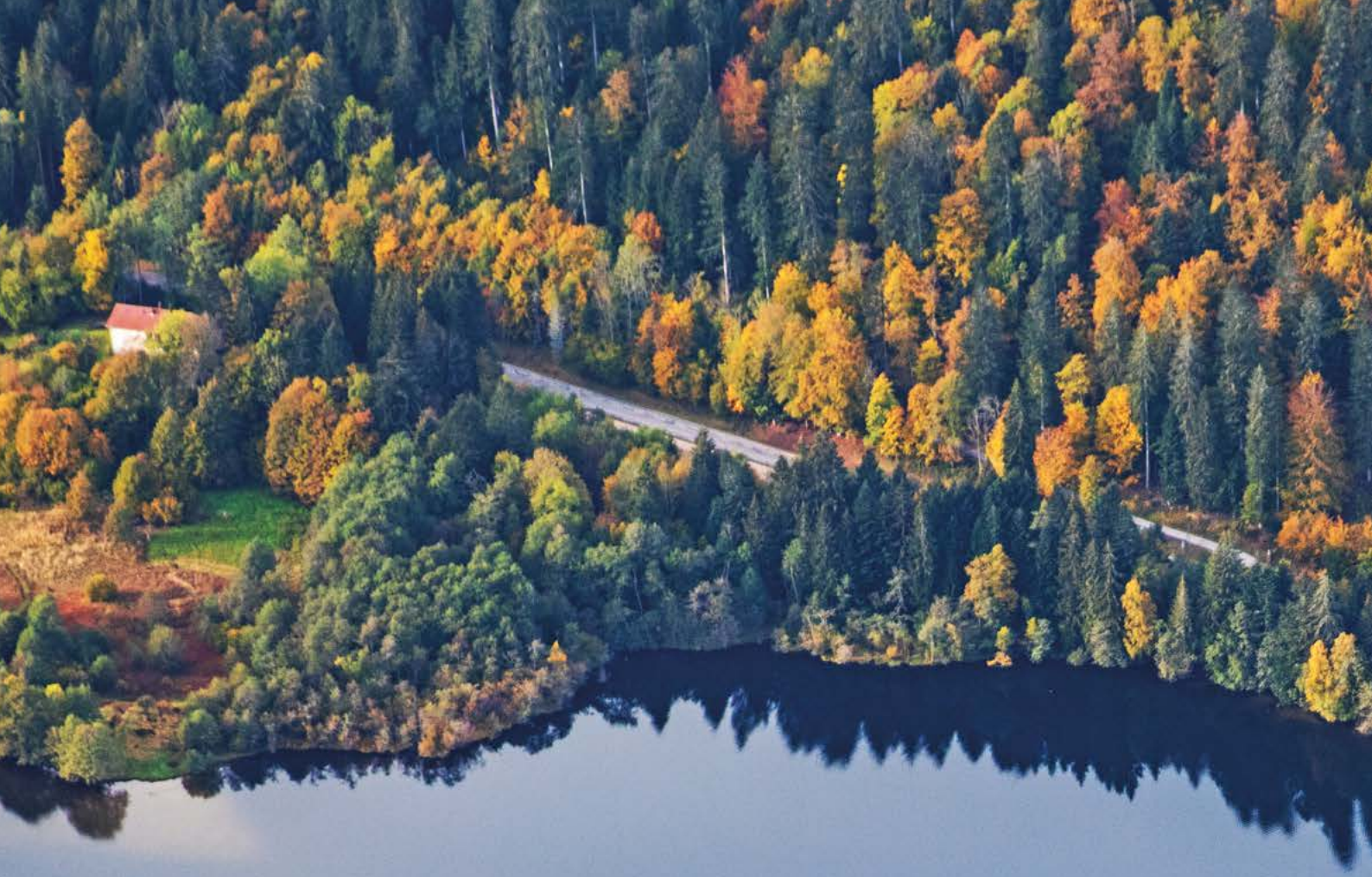
Le plan Vosges Ambitions 2028 pose les fondements de cette stratégie autour de 4 grands axes :

- ➔ Développer l'économie touristique du territoire notamment autour des 4 filières prioritaires et accompagner la montée en gamme de l'offre
- ➔ Innover et adapter l'offre touristique en lien avec le « capital nature » et expérimenter l'offre patrimoine et culture
- ➔ Tous Je Vois la Vie en Vosges pour être visible
- ➔ Porter et rendre visible la politique départementale du tourisme

Les Vosges ont tous les ingrédients pour relever le défi : d'une part, grâce à la restructuration de Vosges tourisme qui permet aujourd'hui d'avoir des moyens d'animation territoriale et de mise en réseau des professionnels ainsi qu'une équipe dédiée à vos côtés, et d'autre part, grâce à notre marque de territoire Je Vois la Vie en Vosges connue et reconnue par tous.

À l'aube de cette nouvelle étape pour le développement touristique de la destination Vosges, je tenais à saluer tout le travail que nous avons mené ensemble jusqu'alors et vous assurer que le Département entend, avec vous, relever ce nouveau défi avec ambition, détermination et conviction.

François VANNSON
Président du Conseil départemental des Vosges



chapitre 1.

Photographie du tourisme

6 Chiffres clés
8 Enjeux et objectifs

chapitre 2.

Vosges Tourisme, nouveau CDT 88

12 Vosges Tourisme
14 Notre stratégie

chapitre 3.

En route vers 2028 !

18 Introduction
19 Partenariat offices de tourisme
20 4 filières prioritaires

chapitre 4.

3 défis à relever

30 Défi 1 : Qualité de l'accueil
33 Défi 2 : Développement touristique
36 Défi 3 : Marketing touristique



© Tristan Vuano



chapitre 1

PHOTOGRAPHIE DU TOURISME EN 2023

LE TOURISME VOSGIEN
en chiffres

LE TOURISME DANS LES VOSGES, C'EST...

2,6 millions de touristes

6 millions de nuitées touristiques

5 980 emplois touristiques

700 millions de retombées économiques

54 600 lits marchands

12 offices du tourisme
et 36 points d'informations touristiques



PAR FILIÈRE :

ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

150 PRESTATAIRES
labellisés Accueil Vélo

10 000 KM
d'itinéraires pédestres

2 ITINÉRAIRES
structurants européens : l'*EuroVelo 19 / Meuse à Vélo* et la *V50 / Voie Bleue*

+ DE 2 000 KM
d'itinéraires cyclables balisés

Le cyclotouriste dépense en moyenne
68 € PAR JOUR
contre 50 € pour un touriste lambda

MONTAGNE

10 TERRITOIRES
Massif des Vosges en famille

8
domaines nordiques

746 000
journées skieurs commercialisées

5
domaines alpins

1
parc naturel régional

BIEN-ÊTRE

4 STATIONS THERMALES

106 PARTENAIRES FORêT L'EFFET VOSGES®

dont 51 hébergements
34 partenaires de bain de forêt
13 offices de tourisme
4 jardins et 4 stations thermales

➔ 60% ont suivi une de nos formations

DEPUIS LE LANCEMENT DE LA GAMME COSMÉTIQUE :

+ DE 6 000
produits vendus

+ DE 150 000€
de CA

90
points de vente

TOURISME ET PATRIMOINE

4 SITES UNESCO
dont 3 nécropoles nationales

6 MUSÉES DE FRANCE

5 SITES
présentant un caractère culturel unique dans le paysage culturel national, voire européen

1 DES 2 SEULS
jardins d'altitude de France

+ DE 110 SITES
de visite et de loisirs avec

1,6 MILLIONS DE VISITEURS EN 2022

ENJEUX ET OBJECTIFS
transversaux pour la destination Vosges

L'ÉQUILIBRE TERRITORIAL

La fréquentation touristique de notre destination a explosé depuis la crise sanitaire. Néanmoins elle reste essentiellement concentrée sur certains sites et sur des périodes ciblées de l'année. L'enjeu sera donc de continuer à développer l'activité touristique tout en veillant à une meilleure gestion de la fréquentation dans une optique de durabilité et de qualité de l'expérience client.

Enjeux :

- ➔ Une meilleure répartition des flux touristiques et des retombées économiques pour les territoires.
- ➔ Un meilleur équilibre entre développement touristique et préservation de notre capital nature.
- ➔ Une meilleure harmonie entre qualité de séjour des touristes et qualité de vie des habitants.

Ces enjeux s'inscrivent pleinement en cohérence avec la stratégie touristique régionale du Grand Est.

Objectifs :

- ➔ Contribuer à la préservation de notre environnement (sensibilisation/ éducation/ formation).
- ➔ Encourager la diversification de l'offre touristique.
- ➔ Communiquer de manière transversale, toute l'année, toute saison, tout territoire.
- ➔ Promouvoir les spécificités de chaque territoire en adéquation avec nos filières.
- ➔ Drainer les flux, les organiser, connaître et diffuser ailleurs.



CES ENJEUX S'INSCRIVENT PLEINEMENT EN COHÉRENCE AVEC LA STRATÉGIE TOURISTIQUE RÉGIONALE DU GRAND EST.

LE TOURISME DURABLE

Notre destination est plébiscitée pour la qualité de ses paysages et son cadre naturel préservé. Les Vosges, c'est le grand bol d'air pur ! Ces dernières années marquent une évolution dans le comportement et les attentes des clientèles touristiques, plus sensibles à leur environnement. La demande porte davantage sur le ressourcement, le local, la nature authentique. Il sera donc essentiel de veiller à une consommation touristique raisonnée pour nos ressources et espaces naturels.

Enjeux :

- ➔ Un modèle touristique plus vertueux.
- ➔ Préservation de notre capital nature, atout n°1 de la destination Vosges.
- ➔ Satisfaction de nos visiteurs aux pratiques « écoresponsables ».
- ➔ Pérennisation de l'offre touristique, de ses emplois et de son économie.

Objectifs :

- ➔ Adapter l'offre touristique pour répondre aux attentes / comportements des « slow touristes ».
- ➔ Accompagner nos opérateurs touristiques à la transformation et la diversification de leur offre en conséquence / anticipation des effets du changement climatique.
- ➔ Sensibiliser et éduquer nos socio-pros et visiteurs à une utilisation responsable de nos ressources.
- ➔ Adapter notre communication selon le degré de menace de certains sites naturels protégés.



© Bartosch Salmanski

L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE DES VOSGES

Le tourisme peut se prévaloir d'être un des leviers majeurs d'attractivité pour le Département. En effet, le tourisme offre l'opportunité de découvrir un territoire au-delà de l'image « carte postale ». Nous avons donc tout intérêt à soigner nos infrastructures, nos services, notre communication et l'accueil de nos clientèles touristiques pour émerger face aux destinations concurrentes.

DÉPLOYER NOTRE MARQUE DE TERRITOIRE JE VOIS LA VIE EN VOSGES DANS LES ENTREPRISES TOURISTIQUES.

Enjeux :

- ➔ Le tourisme, un levier d'attractivité du territoire.
- ➔ La prise en compte du tourisme comme une activité transversale au carrefour d'autres politiques publiques.
- ➔ Une offre de qualité répondant aux attentes de nos marchés/ clientèles cibles.
- ➔ Une stratégie marketing ciblée et efficace.
- ➔ Tous ambassadeurs de la destination Vosges !

Objectifs :

- ➔ Faire valoir les enjeux touristiques dans les politiques d'aménagement du Département.
- ➔ Poursuivre l'accompagnement des porteurs de projets.
- ➔ Faire ensemble / continuer à mener des actions de promotion collectives.
- ➔ Déployer notre marque de territoire Je Vois la Vie en Vosges dans les entreprises touristiques.



© Bartosch Salmanski



chapitre 2

VOSGES TOURISME,
LE NOUVEAU COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DES VOSGES

chapitre 2

VOSGES TOURISME

Créé le 1er juillet 2022, Vosges tourisme est constitué sous forme de régie publique et assure les missions d'un comité départemental du tourisme, conformément à l'article L. 132-1 du Code du Tourisme.

Vosges tourisme porte l'ensemble de la dynamique touristique de la destination Vosges autour :

➔ de la promotion de la destination Vosges auprès de nos marchés cibles

➔ du développement de l'offre

➔ de l'animation du réseau des partenaires

À ce titre, Vosges tourisme est un membre historique d'ADN Tourisme, la fédération nationale des institutionnels du tourisme, et membre pionnier et actif de son club Ingénierie.

27 membres issus du monde du tourisme et du territoire composent le Conseil d'exploitation de Vosges tourisme : élus du Conseil départemental, hébergeurs, offices de tourisme, sites de visite, chambres consulaires, partenaires... Ils déterminent nos orientations stratégiques dans un objectif permanent d'attractivité pour les Vosges.

ECOSYSTÈME TOURISTIQUE DES VOSGES



NOS PARTENAIRES INSTITUTIONNELS

. Atout France
. ART Grand Est
. EPCI et communes
. OT
. Collectif du Massif des Vosges
. Parc Naturel Régional des Ballons des Vosges
. Directions opérationnelles du Conseil départemental des Vosges

VOSGES *tourisme*

NOS PARTENAIRES « MÉTIERS »



. ADN Tourisme
. Chambres consulaires
. Fédérations / syndicats professionnelles Vosges et Grand-Est
. Socio-pros
. Vélo et Territoires

NOS PRESCRIPTEURS PROS

. Journalistes
. Influenceurs



AUTRES PRESCRIPTEURS

. Habitants
. Photographes locaux
. Architectes / constructeurs



NOS PRESTATAIRES

. Agences de communication
. Bureaux d'études



NOS *touristes*

VOSGES TOURISME, C'EST UNE ÉQUIPE DÉDIÉE !

MÉTHODE
RÉSEAUX SOCIAUX *CONSEILS*
RÉSEAUX ÉVÉNEMENTIEL COMMUNITY
CONDUITE DE PROJETS ACCUEIL WEB
LABELS *ÉQUIPE* ANALYSE
OUTILS MANAGEMENT
PARTENARIATS CONTACT ADAPTABILITÉ PRESSE
ACCOMPAGNEMENT ATTRACTIVITÉ
PROJETS COMMUNICATION
CRÉATIVITÉ IMAGE *QUALITÉ* PLAN MEDIA
INFORMATION OBSERVATION
INSTRUCTION PORTEURS DE PROJETS
DIGITAL RÉSULTATS BASE DE DONNÉES

Ce sont
17 ETP.
et un condensé
de compétences
multiples et variées.



chapitre 2

NOTRE STRATÉGIE

STRATÉGIE GLOBALE

« *Dans chaque département, le conseil départemental établit, en tant que de besoin, un schéma d'aménagement touristique départemental. Ce schéma prend en compte les orientations définies par le schéma régional de développement du tourisme et des loisirs* »
(article L 132-1 du Code du tourisme).

Le Département des Vosges a décidé de co-construire une stratégie départementale du tourisme avec et au service des acteurs touristiques du territoire.
Cette stratégie fait écho au « Plan Vosges Ambitions 2028 » qui vise à développer l'économie touristique en s'appuyant sur le « capital nature », en adaptant l'offre, les produits et les services, en professionnalisant les acteurs et en veillant à un tourisme durable.

Ces orientations s'inscrivent dans les priorités du schéma régional de développement touristique du Grand Est, validé le 12 octobre 2023, à savoir :

- ➔ Adapter l'offre aux effets du changement climatique
- ➔ Garantir les retombées économiques de l'activité touristique à long terme
- ➔ Rechercher l'équité entre les territoires en termes de flux touristiques et de retombées économiques
- ➔ Promouvoir, mettre en accessibilité et commercialiser l'offre touristique
- ➔ Favoriser la coopération entre acteurs

STRATÉGIE MARKETING TOURISTIQUE

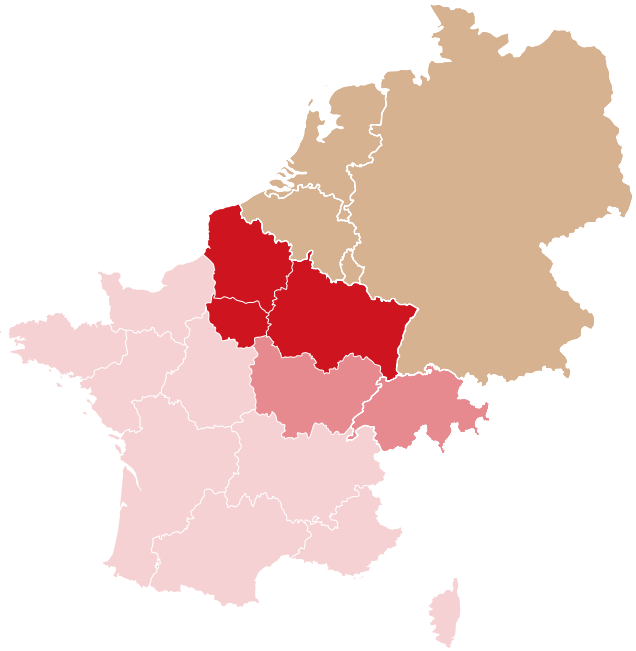
Concomitante à la mise en place du Schéma Départemental du Tourisme, la stratégie marketing définit les actions nécessaires à l'adaptation de l'offre touristique aux marchés cibles, à la promotion et à la mise en marché de la destination Vosges. Elle décrit donc les cibles de clientèles visées, les moyens à mettre en œuvre, les opérations à mener, les objectifs à atteindre et les échéances correspondantes. L'enjeu est de poursuivre le développement de la notoriété touristique de la destination et de fédérer les acteurs du tourisme autour de ces actions notamment au moyen d'actions partenariales.
La stratégie marketing s'articule autour des 4 filières prioritaires.

Les marchés prioritaires à fidéliser :

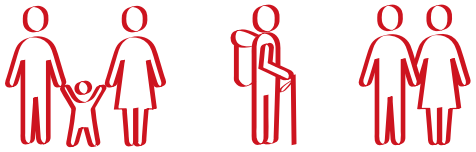
- La France : Grand Est, Île-de-France et Hauts-de-France.
- Les pays étrangers limitrophes : Belgique, Luxembourg, Pays-Bas et Allemagne.

Les marchés de proximité à approcher :

- Suisse, Bourgogne-Franche-Comté



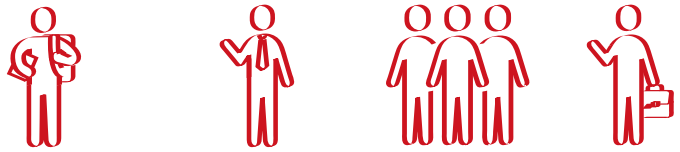
LA CLIENTÈLE CIBLE TRADITIONNELLE À CONFORTER :



Familles *Séniors actifs* *Couples*

La promotion de tourisme de moyen et long séjour représente un axe de développement pour ces cibles.

LES NOUVELLES CLIENTÈLES À CONQUÉRIR :



Jeunes et étudiants *Actifs de plus de 40 ans* *Groupes* *Tourisme d'affaire*

La stratégie marketing devra également répondre aux nouveaux enjeux de communication :

➔ Le développement du marketing d'influence pour se différencier de la concurrence

➔ Le digital pour augmenter notre visibilité

Les actions devront être co-construites pour une communication transversale, tous territoires, toutes saisons, toute l'année.

LA MARQUE JE VOIS LA VIE EN VOSGES

Le Département des Vosges a fait le choix de s'investir dans le marketing territorial, c'est-à-dire la promotion et la valorisation de l'image et des atouts des Vosges, en engageant une politique de marque autour de la signature Je Vois la Vie en Vosges. Je Vois la Vie en Vosges est un outil fort pour mieux communiquer sur l'attractivité des Vosges, notamment au niveau touristique. Elle bénéficie d'un plébiscite des acteurs du tourisme, son installation et son appropriation chez les socioprofessionnels reste à poursuivre dans le cadre du nouveau schéma.

Objectifs :

➔ Porter les valeurs de la marque au niveau touristique et déployer la marque auprès des socio-professionnels du tourisme des Vosges

➔ Valoriser l'offre et le territoire à travers la communication touristique

➔ Se différencier des destinations concurrentes

➔ Concourir à l'attractivité des Vosges





© Bartosch Salmanski



chapitre 3

EN ROUTE VERS 2028 !

VOSGES TOURISME

L'outil de pilotage et de gouvernance de la politique touristique départementale

Une équipe dédiée

Des moyens d'animation territoriale et de mise en réseau des pros

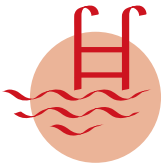
UNE OFFRE STRUCTURÉE AUTOUR DES 4 FILIÈRES



ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE :
Passer d'un territoire nature à une destination d'activités de pleine nature.



MONTAGNE :
Vers une stratégie de développement touristique diversifiée et durable.



BIEN-ÊTRE :
Faire des Vosges une destination bien-être reconnue.



TOURISME & PATRIMOINE :
Inscrire le patrimoine comme un levier de développement touristique de notre territoire.

3 DÉFIS À RELEVER



QUALITÉ DE L'ACCUEIL

Partager un discours commun pour parler des Vosges.

Concourir à la montée en compétence de nos opérateurs touristiques.

Définir et mettre en place une stratégie d'accueil Vosges.



DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Poursuivre l'accompagnement à la transformation des stations hivernales et thermales.

Accompagner les projets touristiques des Vosges.

Aider à la mise en marché de l'offre.



MARKETING TOURISTIQUE

Axer notre plan de communication sur le digital.

Développer notre stratégie d'influence.

PARTENARIAT AVEC LES OFFICES DE TOURISME

Constats

Le Département compte 13 offices de tourisme et syndicat d'initiative, acteurs incontournables de l'accueil et de la promotion touristiques des Vosges.
Le réseau est hétérogène avec des moyens et des stratégies différentes.
Le partenariat avec Vosges tourisme est historique. De nombreuses actions ont été menées en faveur des offices de tourisme dans le cadre des précédents schémas du tourisme. Désormais, il faut passer un cap et créer un partenariat plus fort dans une logique gagnant-gagnant pour une destination Vosges plus compétitive.

Objectifs stratégiques

- ➔ Redynamiser le réseau des OT des Vosges
- ➔ Fédérer les OT autour de Je Vois la Vie en Vosges
- ➔ Articuler les stratégies des territoires avec la politique touristique du Département
- ➔ Accompagner vers plus de professionnalisation
- ➔ Accroître la connaissance de l'offre pour mieux communiquer

Actions

Renforcer une vie de réseau

- ➔ Poursuivre les réunions de Directeurs des OT
- ➔ Participer aux temps forts des OT
- ➔ Créer des moments de convivialité
- ➔ Poursuivre les éductours

Construire un partenariat fort

- ➔ Rencontrer individuellement les OT
- ➔ Acter et formaliser le partenariat

Co-construire des actions

- ➔ Mettre en place et animer des clubs pros thématiques
- ➔ Participer ensemble à des évènementiels
- ➔ Diffuser la marque Je Vois la Vie en Vosges sur le territoire
- ➔ Accompagner la performance

Notre ambition :
Consolider un partenariat gagnant /gagnant avec les OT.



chapitre 3

4 FILIÈRES PRIORITAIRES

Notre ambition :
Inscrire le patrimoine comme un levier de développement touristique de notre territoire.

FILIÈRE TOURISME ET PATRIMOINE

Contexte

L'objectif est d'inscrire le patrimoine comme levier de développement touristique pour la destination Vosges, dans un contexte de transformation du secteur touristique.
L'offre culturelle et patrimoniale des Vosges est diversifiée et riche de sites uniques dans le paysage culturel régional et national : maison natale de Jeanne d'Arc, Amphithéâtre de Grand, Théâtre du Peuple à Bussang, Image d'Épinal, etc.
Un premier état des lieux de l'offre, basé sur une grille d'évaluation, a permis d'une part de faire une photographie de l'offre et de sa mise en tourisme, et d'autre part de démontrer tout l'intérêt de structurer et d'accompagner les sites des Vosges sous forme de filière touristique à part entière.

Les enjeux sont multiples : amélioration du parcours client, aménagement pour le confort d'usage dans les sites d'accueil, professionnalisation des acteurs, montée en qualité des offres, médiation à renforcer notamment auprès des clientèles étrangères, transformation numérique et digitalisation des offres, commercialisation et retombées économiques, partage des savoirs, mutualisation et coopération en réseau, etc.


© Bartosch Salmanski


© CD88-JL

PISTES DE DÉVELOPPEMENT

1. AMÉLIORER ET DÉVELOPPER L'OFFRE

Intégrer le patrimoine dans le paysage des offres touristiques des Vosges

➔ Valoriser les offres existantes

➔ Proposer des inspirations mixant le patrimoine et d'autres activités

➔ « Vendre » le patrimoine

Placer le client au centre des réflexions de la filière

➔ Accompagner l'amélioration du parcours client dans les sites

➔ Construire et mettre en œuvre un plan d'actions et d'accompagnement

Optimiser la qualité de l'accueil

➔ Adapter nos outils de communication aux marchés cibles (traduction...)

➔ Mettre en place des formations dédiées

2. ANIMER LA FILIÈRE

Structurer et animer un réseau des sites

Créer du lien entre les sites patrimoniaux et les réseaux touristiques (OT, prestataires...)

3. PROMOUVOIR LE TOURISME PATRIMONIAL

Produire des contenus vivants et attractifs

➔ Créer des contenus rédactionnels, iconographiques et vidéos

➔ Imaginer des supports de communication grand-public

Miser sur une communication différenciante

➔ Jouer la carte du marketing expérientiel

➔ Investir dans le storytelling « Vosges, raconte-moi une histoire ! »

Prospecter des médias à forte notoriété

chapitre 3



© BartoschSaulnierski

FILIÈRE ACTIVITÉS DE PLEINE NATURE

Contexte

Reconnues comme un territoire de randonnée vélo, VTT et pédestre, les Vosges ne capitalisent pas sur l'ensemble du potentiel de développement touristique des activités de pleine nature (APN) . Des GR® et GR de pays®, de nombreux sites d'escalade ou d'équitation, des sites de vol libre, des spots et parcours de pêche essaiment sur le département avec une fréquentation souvent très confidentielle.

Ces dernières années, l'accent a été mis sur le vélo. Une réflexion plus globale sur l'ensemble des activités de pleine nature doit permettre de les rendre visibles et accessibles à nos clientèles touristiques françaises et étrangères.

Ces activités sont également des vecteurs essentiels pour la découverte du patrimoine vosgien et des ressources bien-être de notre destination.

Notre ambition :
Passer d'un territoire nature à une destination d'activités de pleine nature.

4. VALORISER NOTRE OFFRE AUTOUR D'UNE SEGMENTATION EN 3 CIBLES PRINCIPALES

Valoriser l'offre à destination des familles avec jeunes enfants

Public ciblé : familles avec jeunes enfants - Valeurs : Plaisir et partage

- ➔ Identifier et sélectionner les itinéraires et activités adaptés par tranche d'âge
- ➔ Encourager les projets autour des balades et activités ludiques en milieu ouvert
- ➔ Développer une offre en micro-aventure nature (boucles de 2 à 3 jours combinant hébergement et différents modes de déplacement)

Valoriser l'offre autour de la randonnée et des activités sportives nature

Public ciblé : couples, tribus, sportifs seuls ou en groupe, ados ou jeunes adultes - Valeurs : Dépassement de soi

- ➔ Identifier et sélectionner les itinéraires et activités adaptés à une pratique « sportive »
- ➔ Encourager le développement des activités nature dans l'air du temps (trail, gravel, trail trekking)
- ➔ Poursuivre le déploiement et la qualification des boucles vélo sur le département

Travailler l'offre « itinérance »

Public ciblé : baroudeurs, adeptes du slow tourisme - Valeurs : Découverte, authenticité et rencontres

- ➔ Participer au développement de l'offre itinérance sur tout le territoire (vélo, rando, équestre)
- ➔ Aider au déploiement d'une offre globale de services le long des itinéraires identifiés

5. ANIMER LA FILIÈRE AUTOUR DU TRIPTYQUE : TERRITOIRES, FÉDÉRATIONS, PROFESSIONNELS

- ➔ Mettre en lien les APN et les propositions accompagnées (Accompagnateurs en moyenne montagne, moniteur escalade, guide pêche...)
- ➔ Poursuivre le déploiement de la marque Accueil Vélo
- ➔ Sensibiliser les pratiquants aux bons usages (respect des sites naturels)
- ➔ Assurer le suivi des actions des comités d'itinéraires
- ➔ Former les partenaires aux besoins des itinérants et des pratiquants
- ➔ Coordonner le suivi et l'entretien des sites, circuits et itinéraires en lien avec le PDIPR et le PDESI en cours

6. INFORMER ET COMMUNIQUER

Organiser et/ou aider à la signalétique des lieux de pratique

Communiquer sur les 3 cibles

- ➔ Coordonner et animer un espace numérique autour des APN
- ➔ Proposer un plan de communication pour les APN dans les Vosges (print, web, contenus iconographiques et vidéos, évènementiels etc...)
- ➔ Développer une charte qualité « Vosges activités nature »

chapitre 3

Notre ambition :
Faire des Vosges
une destination
bien-être reconnue.

FILIÈRE BIEN-ÊTRE

Contexte

Le tourisme de bien-être est un marché en pleine croissance, une demande qui s'est accentuée ces dernières années.
Précurseur, le Département a créé en 2012 la marque FORêT l'Effet Vosges®, son ambition était alors de construire un produit touristique innovant autour de la sylvothérapie pour valoriser l'ADN de son territoire : la forêt.

Confortée dans son orientation et après quelques ajustements, la marque, depuis 2021, a continué à se déployer en doublant le nombre de ses partenaires sur le Département et le Massif des Vosges. La marque propose des expériences combinables de déconnexion et de bien-être en matière d'hébergement, de bain de forêt, et offre un prolongement à ces expériences grâce à la création de la gamme cosmétique naturelle et locale. FORêT l'Effet Vosges® est aujourd'hui bien implantée, et cette base solide nous permet de proposer une offre différenciante pour notre destination.

7. PROMOUVOIR FORêT L'EFFET VOSGES®

Asseoir la notoriété de la marque auprès du grand public et des clientèles touristiques

- ➔ Définir une stratégie de communication et son plan d'actions pluriannuel
- ➔ Coordonner et co-animer la communication de la gamme cosmétique avec les Laboratoires Phytodia

FORêT l'Effet Vosges®, une marque 100% locale

- ➔ Communiquer « producteurs »
- ➔ Accentuer l'ancrage local des partenaires FORêT





8. VENDRE FORêT L'EFFET VOSGES®

Rendre accessible l'expérience FORêT l'Effet Vosges® au grand public

- ➔ Proposer des initiations FORêT l'Effet Vosges® en liberté pour les clientèles touristiques
- ➔ Mettre en place des « astuces pour expérimenter un bain de forêt en liberté »

Créer des offres FORêT l'Effet Vosges® et s'appuyer sur des solutions de commercialisation pour les vendre

- ➔ Créer des séjours et des inspirations FORêT l'Effet Vosges® associant plusieurs thématiques et filières
- ➔ Valoriser les offres sur les plateformes d'accélération à la commercialisation, notamment explore-grandest.fr
- ➔ Expérimenter les séjours avec des agences de voyages locales intéressées

9. ANIMER LE RÉSEAU DE BÉNÉFICIAIRES

Consolider le réseau des bénéficiaires de la marque

Développer et diversifier qualitativement le réseau

Former les partenaires

chapitre 3

Notre ambition :
Vers une stratégie de développement touristique diversifié et durable de la montagne.

FILIÈRE MONTAGNE

Contexte

Le secteur montagne du département des Vosges concentre une densité d'opérateurs touristiques importante (hébergeurs, pôles d'activités, stations, professionnels de l'encadrement...) et polarise fortement les flux touristiques.
Face à des enjeux d'organisation de la fréquentation, d'attractivité toujours croissante de la moyenne montagne française pour des clientèles issues des zones urbaines de proximité, mais également compte tenu de la problématique du réchauffement climatique, les opérateurs du tourisme en montagne doivent collectivement s'orienter vers un modèle équitable et durable.
Le Département des Vosges est impliqué depuis de nombreuses années dans la politique touristique du Massif, soit au travers du portage et du pilotage d'actions partenariales, soit au travers de nos compétences obligatoires et volontaires pour le développement de la montagne.



© Bartosch Salmanski

10. MAINTENIR LE PILOTAGE D'ACTIONS TOURISTIQUES EN FAVEUR DE LA DESTINATION MONTAGNE

Définir, animer et porter la communication touristique de la marque Massif des Vosges dans le cadre du collectif touristique du Massif

- ➔ Développer la notoriété de la marque auprès des clientèles cibles
- ➔ Définir le plan de communication et le mettre en œuvre en lien avec les partenaires du collectif du Massif des Vosges
- ➔ Adapter les discours et les messages aux enjeux de la montagne et s'organiser pour gérer des situations de communication de crise

Poursuivre le développement de la filière Massif des Vosges en famille

- ➔ Accompagner les territoires et les entreprises pour une montée en qualité de leur offre à destination des familles
- ➔ Poursuivre le développement et la valorisation d'offres pour les clientèles familiales
- ➔ Encourager l'affirmation d'un positionnement « famille » pour la destination Massif des Vosges

11. PARTICIPER AU DÉVELOPPEMENT D'UN TOURISME EN MONTAGNE DIVERSIFIÉ ET DURABLE

Rester actif dans les instances du Massif des Vosges

- ➔ Affirmer la présence technique et politique du Département des Vosges dans les instances du Massif des Vosges
- ➔ Participer aux travaux et réflexions sur l'avenir et le développement de la montagne

Poursuivre l'accompagnement technique et financier des projets, publics ou privés, qui concourent au maintien de l'attractivité des territoires et de l'emploi en montagne

- ➔ Encourager l'adaptation de l'offre touristique à travers le soutien aux entreprises et aux territoires
- ➔ Accompagner les projets portés par les partenaires du Massif vers un modèle plus durable

Poursuivre le développement de la Maison de la Montagne du Massif des Vosges

- ➔ Concourir à l'adaptation des métiers aux mutations du secteur touristique
- ➔ Favoriser le maintien de la population en proposant des formations professionnalisantes, en lien avec les partenaires de l'emploi et de la formation



© Thomas Devard



chapitre 4

3 DÉFIS À RELEVER

chapitre 4

DÉFI 1 : QUALITÉ DE L'ACCUEIL

« *La qualité, encore la qualité, toujours la qualité* », ce leitmotiv du premier Schéma Départemental du Tourisme résonne encore aujourd'hui. L'accueil c'est une composante essentielle du séjour et de la satisfaction client qui nous permettra de fidéliser et de conquérir de nouvelles clientèles. Notre accueil, c'est notre force, notre ADN, notre marqueur de territoire.
Pour renforcer notre singularité par rapport aux destinations concurrentes, l'objectif sera de placer l'hospitalité au cœur de notre stratégie, de personnaliser notre accueil, de l'ancrer dans nos valeurs communes et de le cultiver auprès de nos touristes.
Notre marque de territoire Je Vois la Vie en Vosges sera au centre des actions à mener pour créer cette unité et relever le défi ensemble !

PARTAGER UN DISCOURS COMMUN POUR PARLER DES VOSGES

Constats

Le discours est hétérogène et manque d'unité pour parler des Vosges à nos clientèles et marchés cibles.
Pour séduire et vendre la destination, l'enjeu sera de réussir à raconter les Vosges avec des images et des éléments de langage communs sans standardiser notre territoire. L'objectif est de miser sur une communication Je Vois la Vie en Vosges différenciante avec une mise en récit de nos offres touristiques pour susciter davantage l'acte d'achat.
Par ailleurs, le Département des Vosges a placé la jeunesse comme une priorité de son action territoriale. Croire en la jeunesse permettra de construire l'avenir du tourisme dans les Vosges, de renouveler nos clientèles à terme et de partager une culture du tourisme commune.

Objectifs stratégiques

- ➔ Accroître notre visibilité dans l'échiquier des destinations touristiques
- ➔ Exprimer notre identité territoriale
- ➔ Raconter le territoire d'une même voix
- ➔ Faire de nos jeunes vosgiens des ambassadeurs de la destination touristique
- ➔ Créer un sentiment d'appartenance à la marque Je Vois la Vie en Vosges

Actions

- ➔ Déployer la marque Je Vois la Vie en Vosges dans les entreprises et les territoires touristiques
- ➔ Mener des actions de promotion collectives sous la bannière Je Vois la Vie en Vosges
- ➔ Poursuivre la dynamique du plan de départs en centres de vacances dans les Vosges avec les acteurs engagés dans la jeunesse



- ➔ Réaliser un cahier de com' Vosges pour les pros. L'idée ? Proposer aux pros une boîte à outils incluant des mots clés, éléments de langage, images, couleurs, hashtags propres aux Vosges pour enrichir leurs supports de communication.

CONCOURIR À LA MONTÉE EN COMPÉTENCE DE NOS OPÉRATEURS TOURISTIQUES

Constats

La qualité d'accueil de nos clientèles touristiques reste une priorité.
L'enjeu d'accompagner les socio-pros est fondamental et double : viser la satisfaction clients d'une part en vue de fidéliser et faire revenir, et d'autre part valoriser le territoire et ses habitants.
Pour offrir la meilleure expérience client, il sera nécessaire d'améliorer la connaissance des offres touristiques de nos partenaires par un travail de mise en réseau inter-filières.
S'inscrire dans une démarche de professionnalisation est incontournable pour progresser sur la qualité et l'hospitalité dans nos territoires.

Objectifs stratégiques

- ➔ Améliorer la connaissance des offres touristiques afin de mieux valoriser le territoire
- ➔ Faire monter en compétence les filières
- ➔ Accroître le réseau et l'animation inter-filières
- ➔ Sensibiliser aux bonnes pratiques durables

Actions

- ➔ Consolider les RDV pros et terrain
- ➔ Renforcer les liens entre socio-pros et membres de Vosges tourisme
- ➔ Mieux accueillir les clientèles étrangères et celles en situation de handicap
- ➔ Formations actions et professionnalisation

- ➔ Créer une carte tourisme Vosges PRO.
L'idée ? Offrir la gratuité de sites touristiques partenaires aux organismes de promotion touristiques des Vosges (OT, Vosges tourisme...) pour mieux connaître, échanger, informer et diffuser les flux.



chapitre 4



© Thomas Devard

DÉFINIR ET METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE D'ACCUEIL VOSGES

Constats

Terre de tourisme reconnue depuis le XIXe siècle, il y a derrière la carte postale nos services et nos infrastructures qu'il faut absolument soigner pour garantir une qualité d'accueil à nos clientèles touristiques et continuer à véhiculer une bonne image de notre territoire.
La stratégie d'accueil passe aussi par une bonne diffusion de l'information touristique et un suivi qualifié de nos touristes tout au long de leur parcours client pour les fidéliser.

Objectifs stratégiques

- ➔ Embellir les Vosges dans toutes ses composantes
- ➔ Soigner nos portes d'entrées touristiques (automobilistes, cyclistes)
- ➔ Optimiser la gestion de la relation client
- ➔ Rendre visible l'information touristique

Actions

- ➔ Améliorer la signalétique touristique et les panneaux d'information touristique sur le territoire
- ➔ Optimiser l'utilisation de la Gestion de la Relation Client au travers des outils existants
- ➔ Renforcer la distribution de nos outils sur le territoire (brochures, posters, goodies, marque Je Vois la Vie en Vosges)



➔ Observer à des fins marketing.
L'idée ? Mettre à disposition des pros des données sur l'offre, les profils clients, la fréquentation touristique pour aider à la prise de décision.

DÉFI 2 : DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

L'activité touristique est un pilier majeur de l'économie des Vosges. La pérennité, le développement et la transformation de nos offres touristiques doivent permettre de rester en bonne position sur l'échiquier du tourisme régional. Difficile d'imaginer le tourisme de demain dans les Vosges sans hébergements, stations hivernales, stations thermales, sites de loisirs et culturels, restaurants, services aux touristes... Aussi, il importe de veiller au maintien de ce tissu économique et d'accompagner les projets du territoire.
La société évolue, la concurrence reste féroce et les impacts du réchauffement climatique nous invitent à penser et imaginer le tourisme de demain dans une optique durable. Cela doit rester le fil rouge du nouveau Schéma Départemental du Tourisme.



POURSUIVRE L'ACCOMPAGNEMENT À LA TRANSFORMATION DES STATIONS THERMALES ET HIVERNALES

Constats

Les 9 stations de ski et les 4 stations thermales sont les piliers de l'économie touristique vosgienne. Dans les stations de ski, on dénombre près de 540 emplois directs et près de 21 millions de chiffre d'affaires direct (remontées mécaniques, location de matériel en station, ESF, sites nordiques).
Véritables pôles d'attractivité, les stations impulsent une dynamique d'investissement sur les territoires en favorisant l'émergence de gros projets structurants. Pour conserver cet effet levier considérable sur le tissu économique local et compte tenu de l'évolution du secteur touristique et des effets du changement climatique, il sera capital de soutenir fortement ce pan de l'activité touristique.

Objectifs stratégiques

- ➔ Maintenir l'activité, l'économie et l'emploi
- ➔ Diversifier et adapter la mutation de l'offre
- ➔ Soutenir l'économie thermale des Vosges
- ➔ Communiquer / promouvoir

Actions

- ➔ Appui financier aux projets d'investissement
- ➔ Ingénierie de projets / Apporter de l'ingénierie aux villes stations
- ➔ Actions de communication / Moderniser la communication Vosges / Tous Je Vois la Vie en Vosges !

chapitre 4

ACCOMPAGNER LES PROJETS TOURISTIQUES DES VOSGES

Constats

L'appui financier aux projets touristiques a participé à la montée en qualité observée dans les établissements touristiques des Vosges.
Face aux nouveaux enjeux de la destination, à savoir l(es)'équilibre(s) territorial(aux), le tourisme durable et l'attractivité touristique des Vosges, le nouveau Schéma Départemental du Tourisme doit pouvoir s'appuyer sur un règlement des aides adapté.

Le secteur du tourisme a été particulièrement impacté par la récente crise sanitaire qui a accentué les défis structurels du tourisme : qualité et durabilité des offres, développement des infrastructures et des services, transition environnementale et numérique. L'agilité est aujourd'hui de mise.

Objectifs stratégiques

- ➔ Booster l'effet levier des aides départementales pour répondre aux nouveaux enjeux du schéma
- ➔ Aider à la transformation et à l'adaptation du secteur touristique
- ➔ Éviter les décrochages-marché de l'offre touristique vosgienne
- ➔ Apporter plus de souplesse pour pouvoir accompagner les projets touristiques hybrides dans les Vosges
- ➔ Optimiser les financements publics
- ➔ Valoriser l'esprit Vosges

Actions

- ➔ Intégrer des critères qualité et durabilité dans le règlement des aides au tourisme du Département (pour les collectivités, les associations et les entreprises)
- ➔ S'appuyer sur les analyses de l'observatoire départemental du tourisme et s'adapter
- ➔ Intégrer un volet touristique dans les politiques publiques du Département (biodiversité et préservation des paysages, aménagement numérique, culture et patrimoine, agriculture, infrastructures sportives etc...)



➔ Booster l'accompagnement des porteurs de projets. L'idée ? Apporter des conseils et des méthodes ciblées dans une logique de porte d'entrée unique pour favoriser l'émergence de nouveaux projets sur le territoire.

AIDER À LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE

Constats

L'offre des Vosges remonte partiellement sur les plateformes de commercialisation. Tous les territoires ne sont pas dotés d'une solution commerciale, de même que certains prestataires privés ne sont pas encore présents sur le web, ou fortement dépendants de plateformes de réservations internationales.
Pour gagner en visibilité et générer des retombées économiques pour notre destination, l'enjeu sera d'accompagner à la digitalisation et à la mise en marché des offres.
La plateforme explore-grandest.fr a été mise en place par l'Agence Régionale du Tourisme, elle a permis d'accélérer la digitalisation et la mise en marché des offres touristiques du Grand Est.

Objectifs stratégiques

- ➔ Objectif : « marchand » !
- ➔ Accélérer les retombées économiques sur le territoire
- ➔ Professionnaliser les opérateurs touristiques en fragilité dans le domaine de la digitalisation

Actions

- ➔ Dresser un état des lieux des besoins « digitaux » des prestataires
- ➔ Imaginer des inspirations et des offres digitales pour nos filières / thématiques prioritaires
- ➔ Accompagner les prestataires à la création d'offres digitales
- ➔ Expérimenter et faciliter la digitalisation des territoires autour de la plateforme Explore-grandest.fr

➔ Aider les OT à se doter d'une solution commerciale. L'idée ? Lancer un appel à projets pour aider les OT à digitaliser et commercialiser leurs offres touristiques et celles des prestataires de leur territoire.



© Guillaume Robert-Famy

chapitre 4

DÉFI 3 : MARKETING TOURISTIQUE

Notre priorité ? Attirer des touristes et les fidéliser !
Le rôle de Vosges tourisme est de communiquer globalement sur la destination Vosges autour de ses 4 filières prioritaires.
Dans cet environnement très compétitif, nos actions de communication doivent évoluer vers un marketing d'influence pour nous différencier de la concurrence, notamment auprès des médias à forte audience.
Pour une stratégie efficace, les actions devront être co-construites pour une communication transversale, tous territoires, toutes saisons, toute l'année.
Notre stratégie digitale doit aussi être renforcée pour augmenter notre visibilité. Le digital est devenu LE mode de communication incontournable de nos clientèles touristiques. Sites web, réseaux sociaux, nos outils devront être optimisés pour séduire et répondre aux nouveaux besoins.

AXER NOTRE PLAN DE COMMUNICATION SUR LE DIGITAL

Constats

Le digital, c'est LA vitrine promotionnelle de notre territoire. C'est aussi devenu le mode de communication incontournable de nos clientèles touristiques avec un besoin très fort d'informations qualifiées et instantanées.
Le digital permettra de communiquer toute l'année sur tous les territoires et de conquérir de nouvelles clientèles touristiques hors salons.
L'enjeu sera d'augmenter notre visibilité et d'adapter nos outils à la demande.

Objectifs stratégiques

- ➔ Consolider la notoriété de la destination en boostant la visibilité de son écosystème digital (sites Internet et réseaux sociaux)
- ➔ Booster la visibilité en s'appuyant sur la marque Je Vois la Vie en Vosges
- ➔ Valoriser la diversité d'offres en tant que destination touristique
- ➔ Capter de nouvelles clientèles
- ➔ Créer du trafic sur nos sites web et réseaux sociaux

Actions

- ➔ Réaliser des campagnes de communication de webmarketing dédiées
- ➔ Améliorer le référencement de nos supports
- ➔ Animer la communauté et les outils
- ➔ Mener des actions de promotion sur nos marchés étrangers de proximité



➔ Optimiser notre écosystème digital autour des saisons et des 4 filières. L'idée ? Refondre notre site de destination www.tourisme.vosges.fr



chapitre 4

DÉVELOPPER NOTRE STRATÉGIE D'INFLUENCE

Constats

Le marketing d'influence est un nouveau levier de communication à activer pour notre destination. Il offre une visibilité supplémentaire et élargie grâce aux communautés des influenceurs et du contenu permettant d'alimenter et de renouveler la promotion touristique des Vosges. Pour mettre davantage les territoires en avant, l'objectif sera de renforcer les relations presse et d'être proactif auprès des leviers d'influence tout en veillant à une bonne coordination d'action avec nos partenaires.

Objectifs stratégiques

- ➔ Faire découvrir et mettre en valeur les potentiels de l'ensemble du territoire
- ➔ Être l'interface entre le territoire, ses acteurs et les journalistes
- ➔ Mettre en place des relations qualitatives et durables avec la presse

Actions

- ➔ Accroître la stratégie d'influence
- ➔ Coordonner nos actions avec les partenaires
- ➔ S'organiser pour gérer des situations de communication de crise


© Bartosch Salmanski

- ➔ Monter en puissance la mission presse. L'idée ? Thématiser les dossiers de presse par filière, créer et animer un club presse avec les OT...

Schéma Départemental du Tourisme 2023 - 2028

Un document élaboré par Vosges tourisme en partenariat avec tous les acteurs touristiques vosgiens.

Remerciements

Merci à tous ceux qui ont participé à l'élaboration de ce schéma départemental.

Conception graphique

Audacioza Studio

LA VIE EN VOSGES
le Département

Vosges tourisme
8 rue de la Préfecture
88 000 ÉPINAL cedex
03.29.82.02.14

Nos outils

tourisme.vosges.fr
foret.vosges.fr
tourismepro.vosges.fr

facebook.com/VosgesTourismePro
facebook.com/foretleffetvosges
@jevoislavieenvosges

Tous unis pour la destination Vosges !

Retrouvez toutes les actualités des acteurs du tourisme des Vosges sur Facebook
@vosgestourismepro

© Photo de couverture : Joëlle Laurençon

LA VIE EN VOSGES
le Département