



Communauté de Communes des Hautes Vosges



Schéma de développement économique et touristique



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

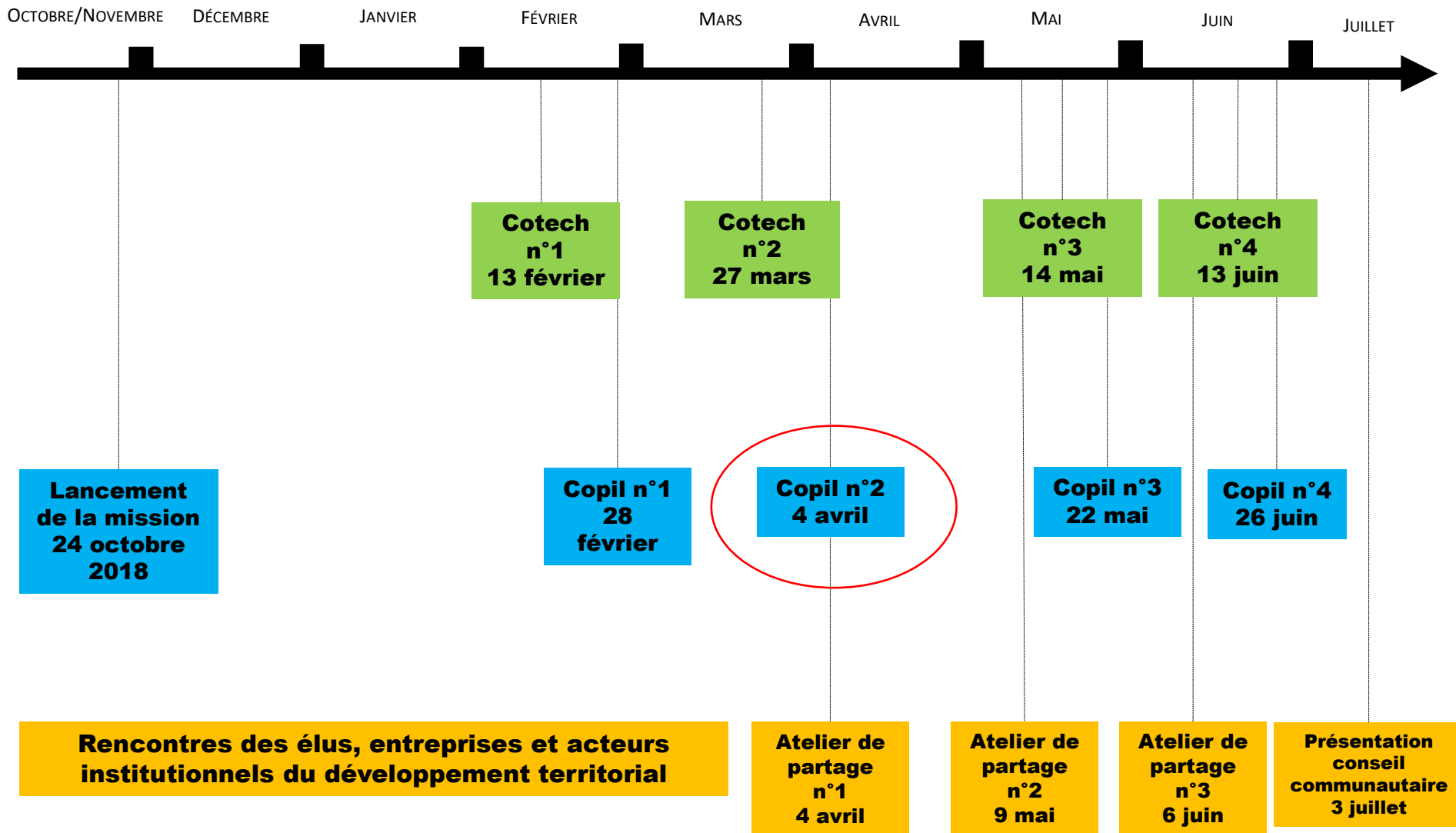
Phase 2, Diagnostic



PRÉAMBULE	/ 3
LES DYNAMIQUES ÉCONOMIQUES ET TOURISTIQUES	/ 5
L'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE	/ 21
MATRICE AFOM	/ 23
ENJEUX	/ 26
LES PROCHAINES ÉTAPES	/ 43

A thin vertical black line is positioned to the left of the word 'PRÉAMBULE'.

PRÉAMBULE

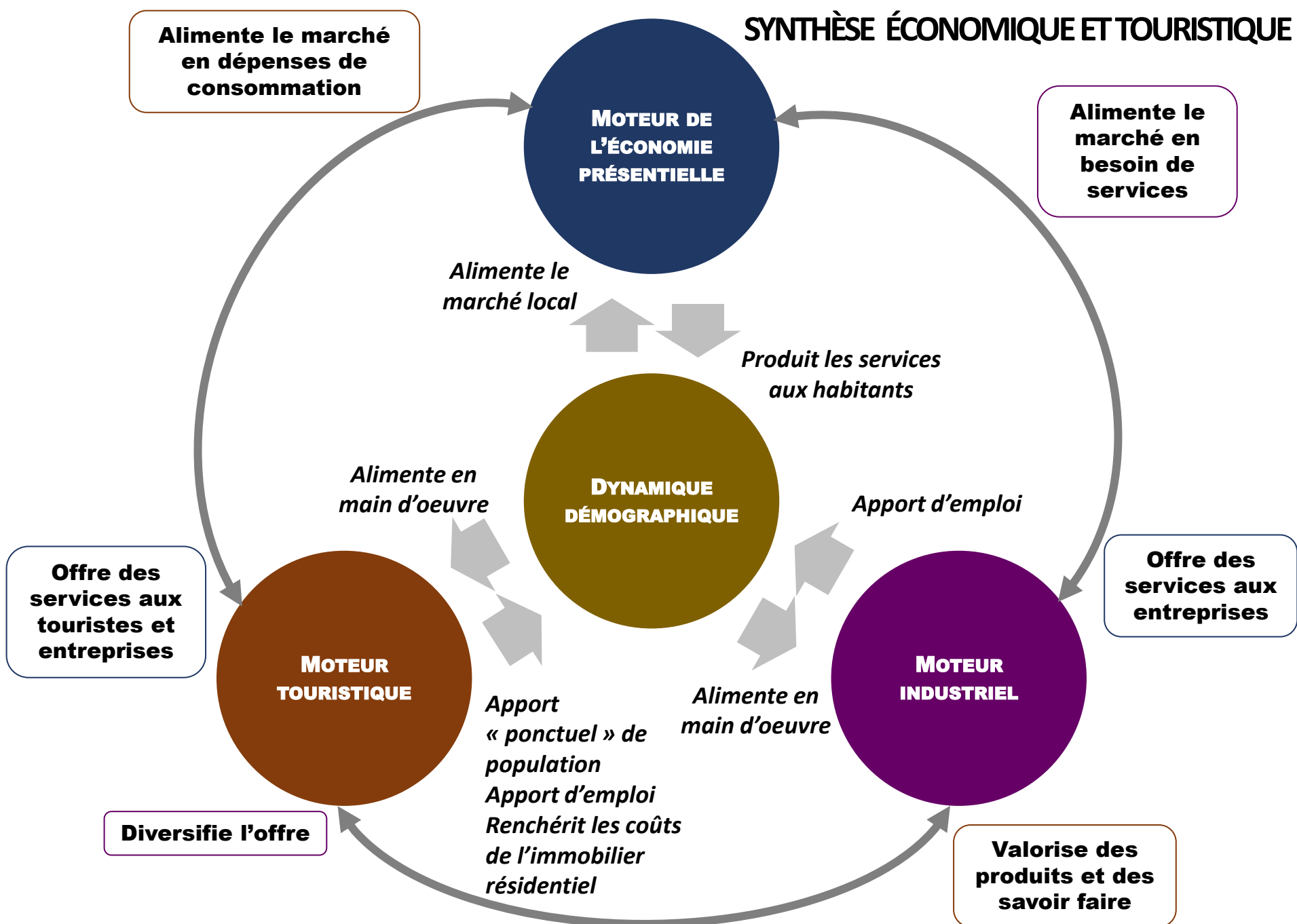


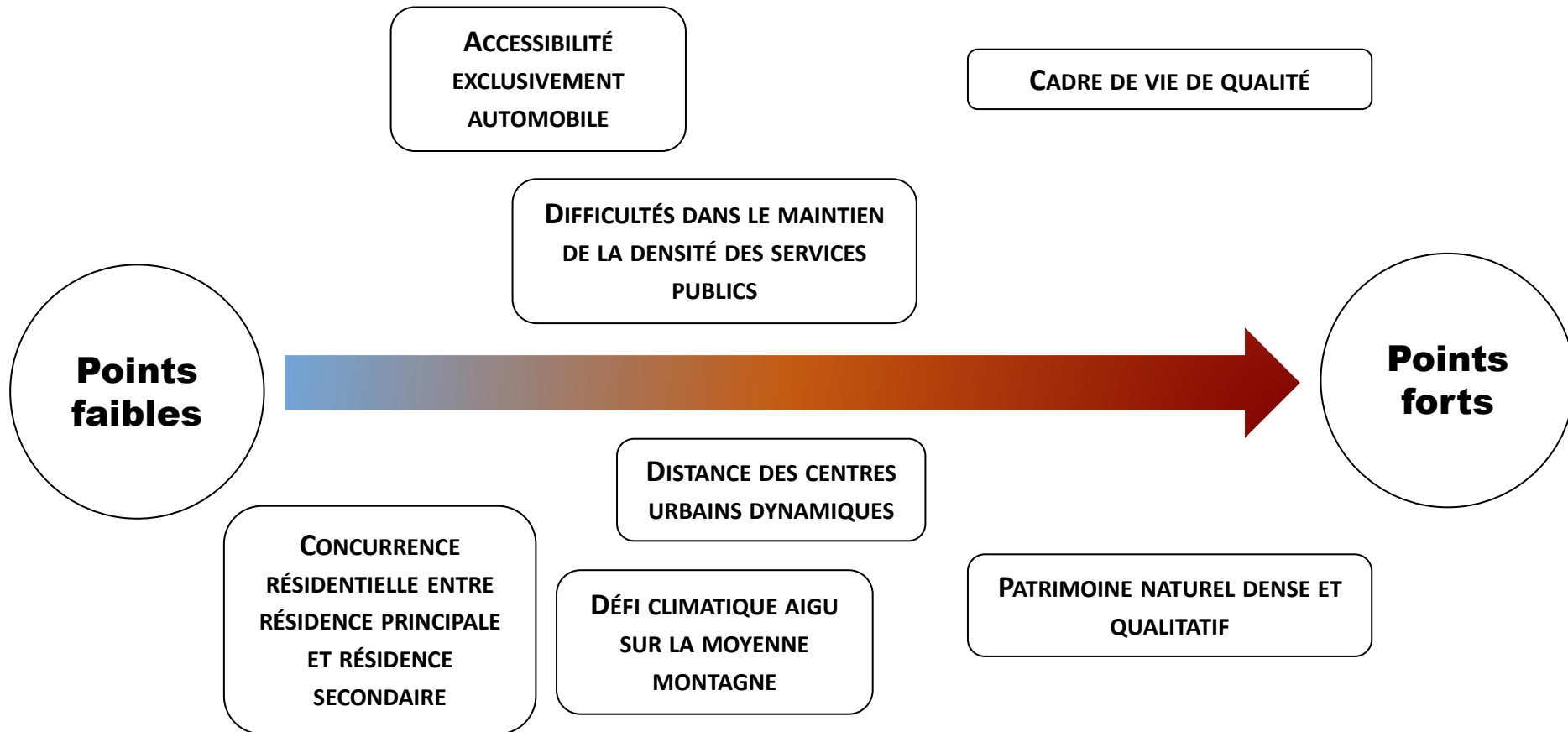
A thin vertical black line is positioned to the left of the title text.

LES DYNAMIQUES ÉCONOMIQUES ET TOURISTIQUES

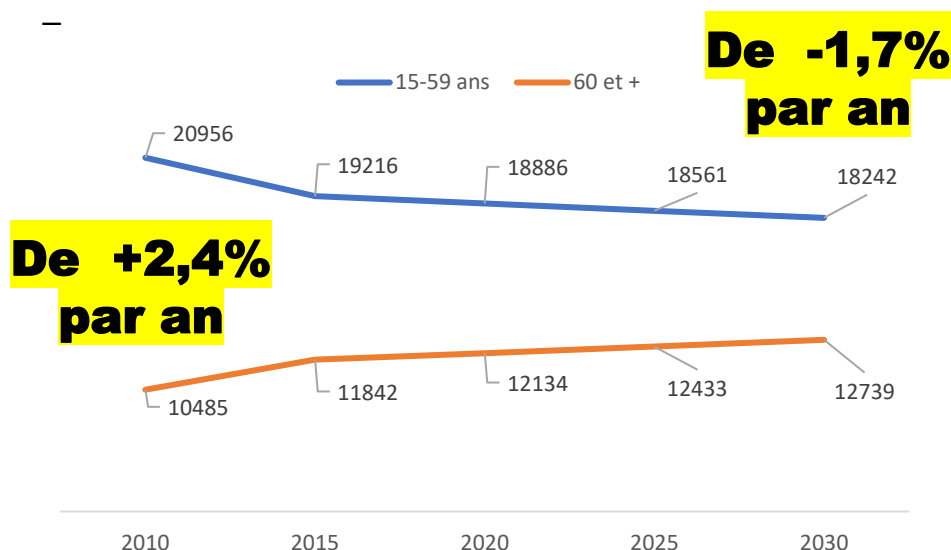
Qui peut prévoir à plus de dix ans l'évolution dans un contexte de rupture dans les modes de vivre, de consommer, d'innovations, de rupture dans l'appareil productif et de la capacité des entreprises du territoire à en tirer parti ?

À défaut de travaux de prospective concernant le Massif des Vosges et ses filières, il faut prendre les chiffres présentés comme la volonté de concrétiser une tendance à venir, plus que pour leur valeur absolue.

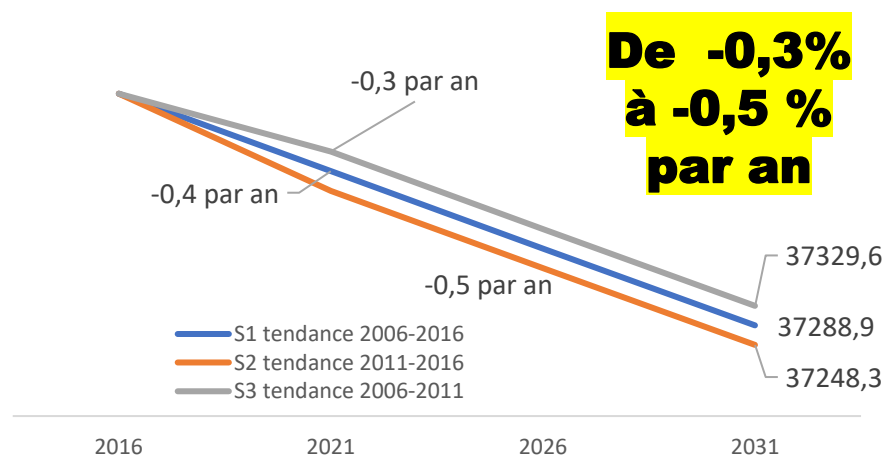




Un territoire de moyenne montagne densément peuplé inscrit dans une dynamique baissière.



Dynamique démographique au regard des tendances des 10 dernières années



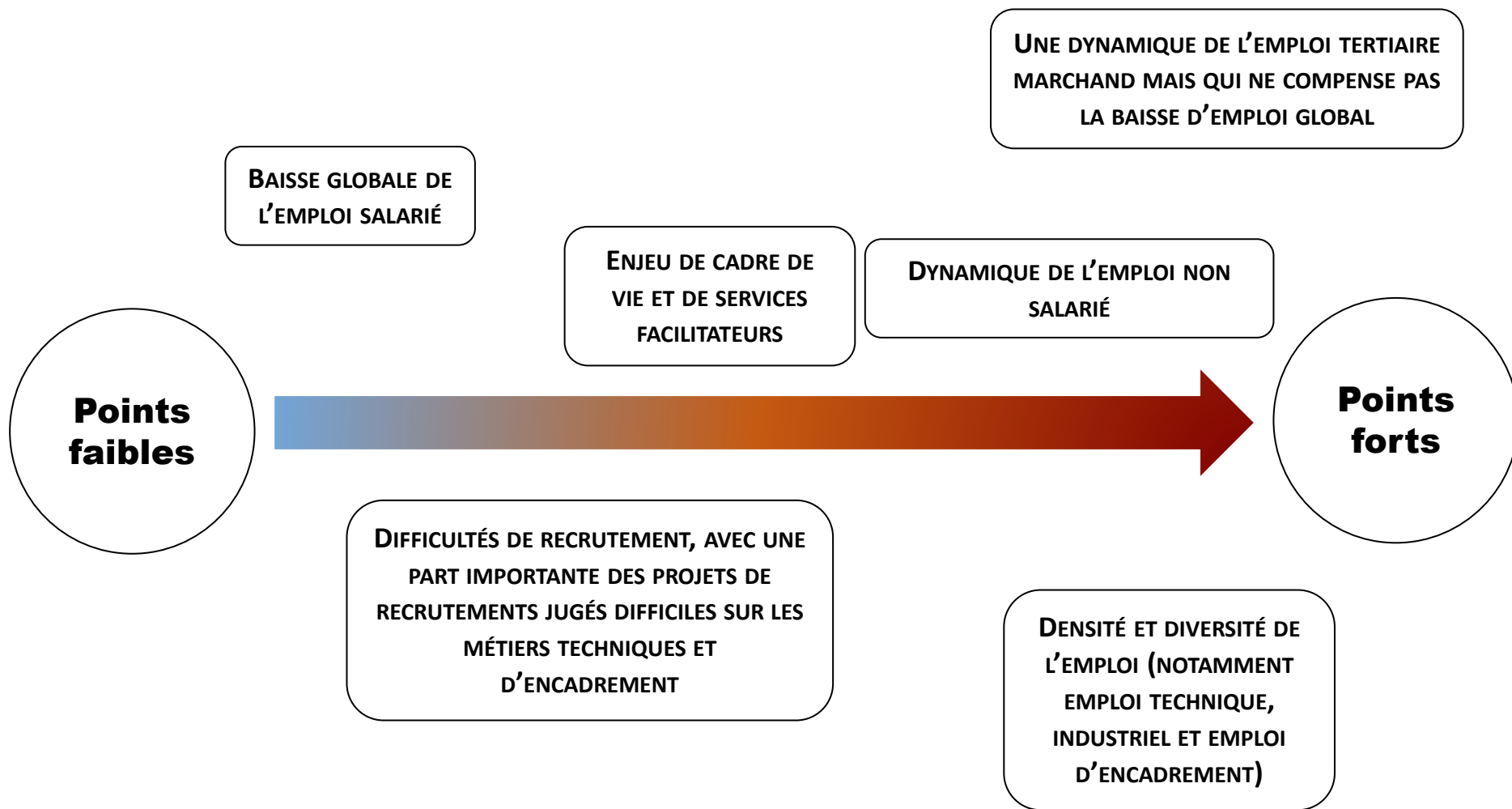
Analyses

La baisse de la population globale sera un élément limitant de l'économie locale notamment dans la baisse des besoins globaux.

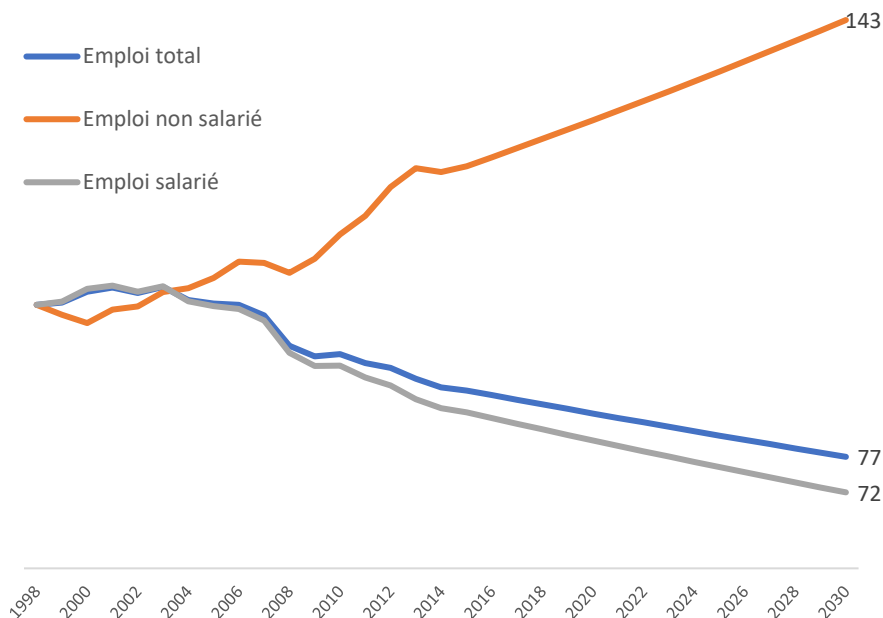
- ✓ consommation adressée aux entreprises locales
- ✓ Besoin pour équipements publics (services d'intérêt général).

Cette baisse de la population en s'accompagnant d'un vieillissement de celle-ci va induire un changement de nature des besoins de services locaux, avec une augmentation des services de santé et d'accompagnement au vieillissement (EHPAD etc.).

La baisse de la population en âge de travailler va augmenter les tensions sur le marché du travail notamment pour les moteurs industriel et touristique.



Une dynamique soulignant un changement de nature de l'emploi local



Dynamique de l'emploi des bassins de Remiremont et Saint-Dié (base 100 en 1998) au regard des dynamiques des 15 dernières années

Analyses

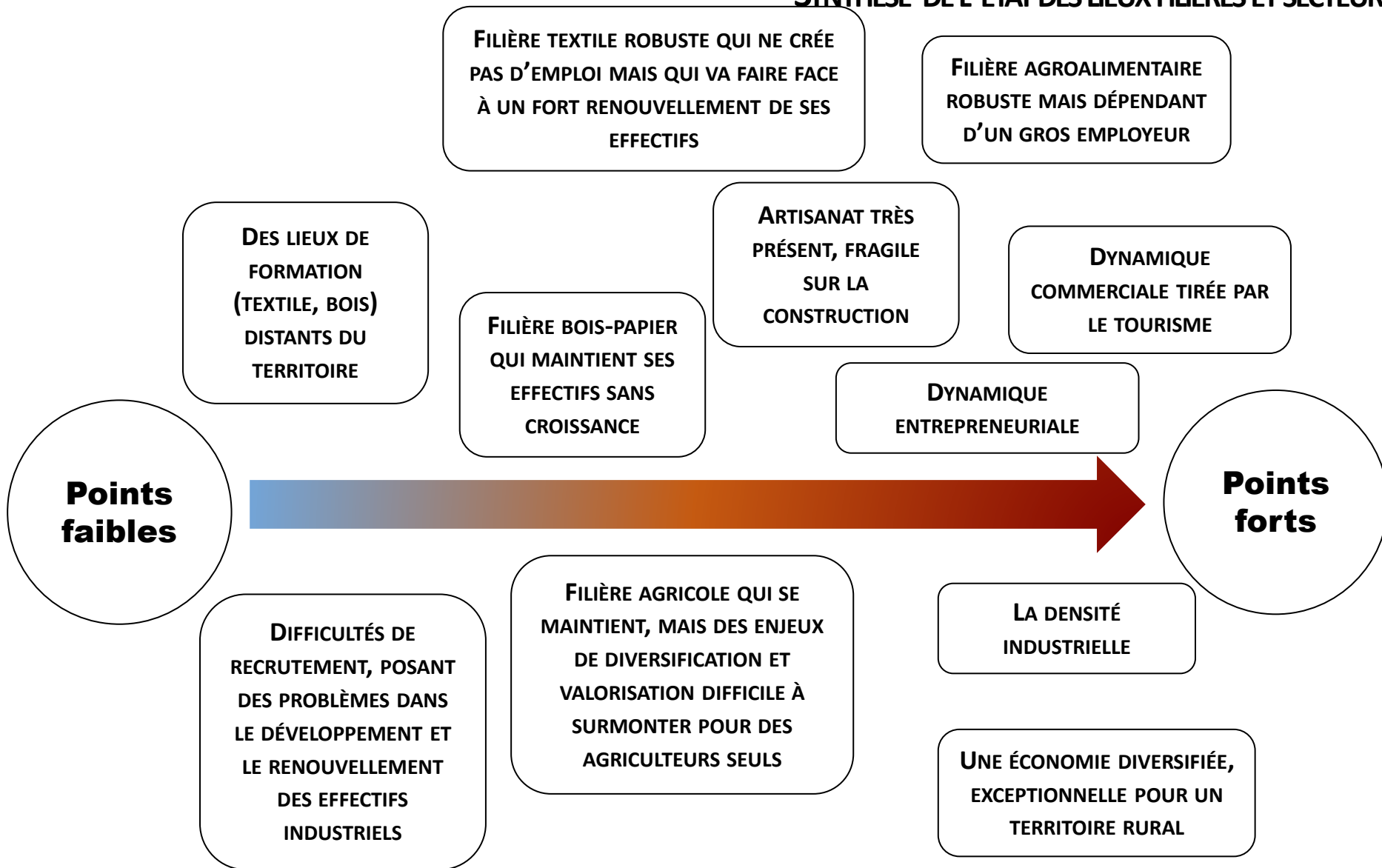
La baisse de l'emploi salarié est tirée par la baisse de l'emploi industriel et de la construction.

Si l'emploi salarié baisse ce n'est pas le cas pour le l'emploi non salarié sans toutefois équilibrer l'effet global.

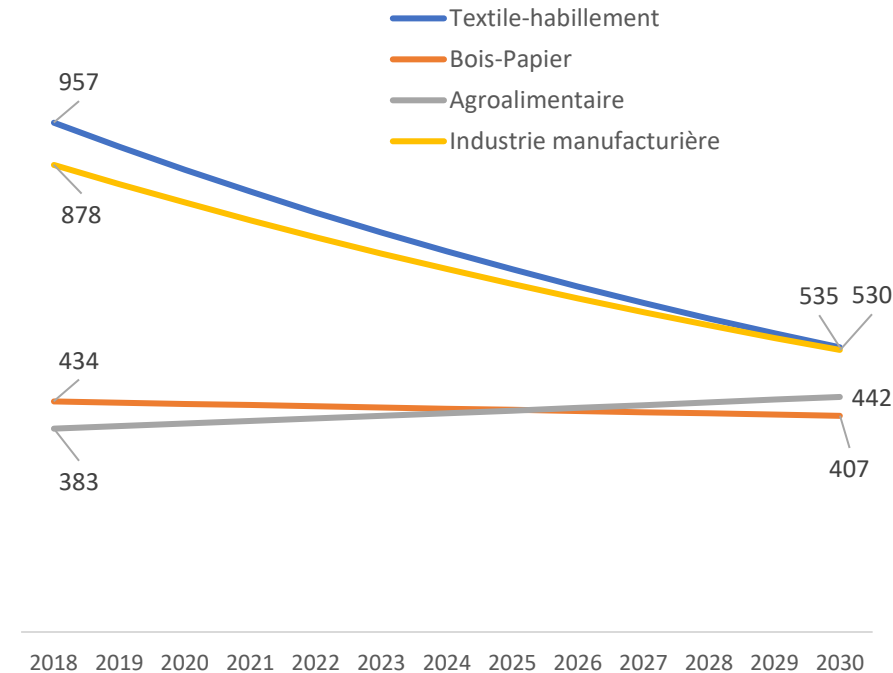
Cette baisse questionne quant à la capacité des territoires à maintenir une attractivité pour ses résidents.

Le basculement de nature d'emploi que connaissent ces bassins questionne quant à la capacité d'entraînement sur l'économie de cette nouvelle forme d'emploi.

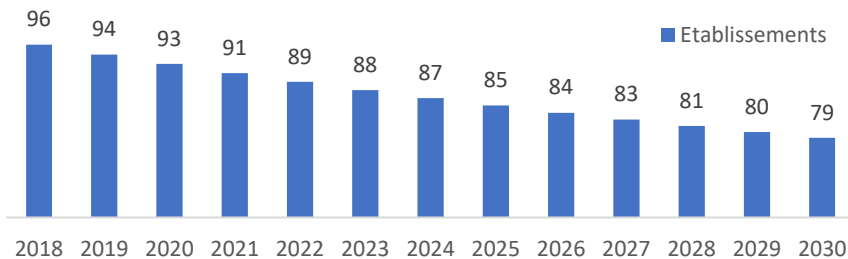
SYNTHÈSE DE L'ÉTAT DES LIEUX FILIÈRES ET SECTEURS



Un héritage industriel en déclin



Dynamique de l'emploi des filières industrielles au regard des dynamiques des 15 dernières années



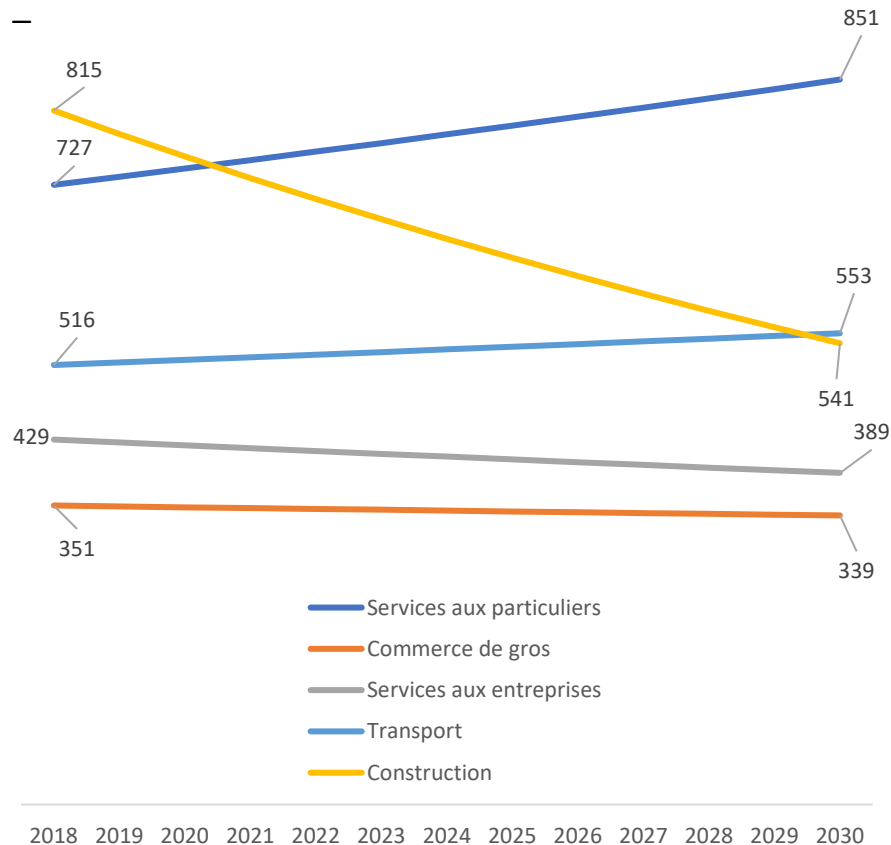
Analyses

Si le territoire se distingue aujourd'hui par le volume de son emploi industriel et le poids de ses établissements employeurs, la tendance des 20 dernières années questionne cet héritage.

Cette tendance baissière concernera particulièrement les industries manufacturières et textiles : les industries agroalimentaires et du bois-papier sont plus robustes mais ne compenseront pas le déclin industriel global.

Avec le déclin de l'emploi industriel c'est la diversité de l'appareil productif local, la diversité des emplois proposés et la densité des services aux entreprises et aux salariés qui sont remises en cause.

Une économie présentielle s'adaptant à la dynamique démographique



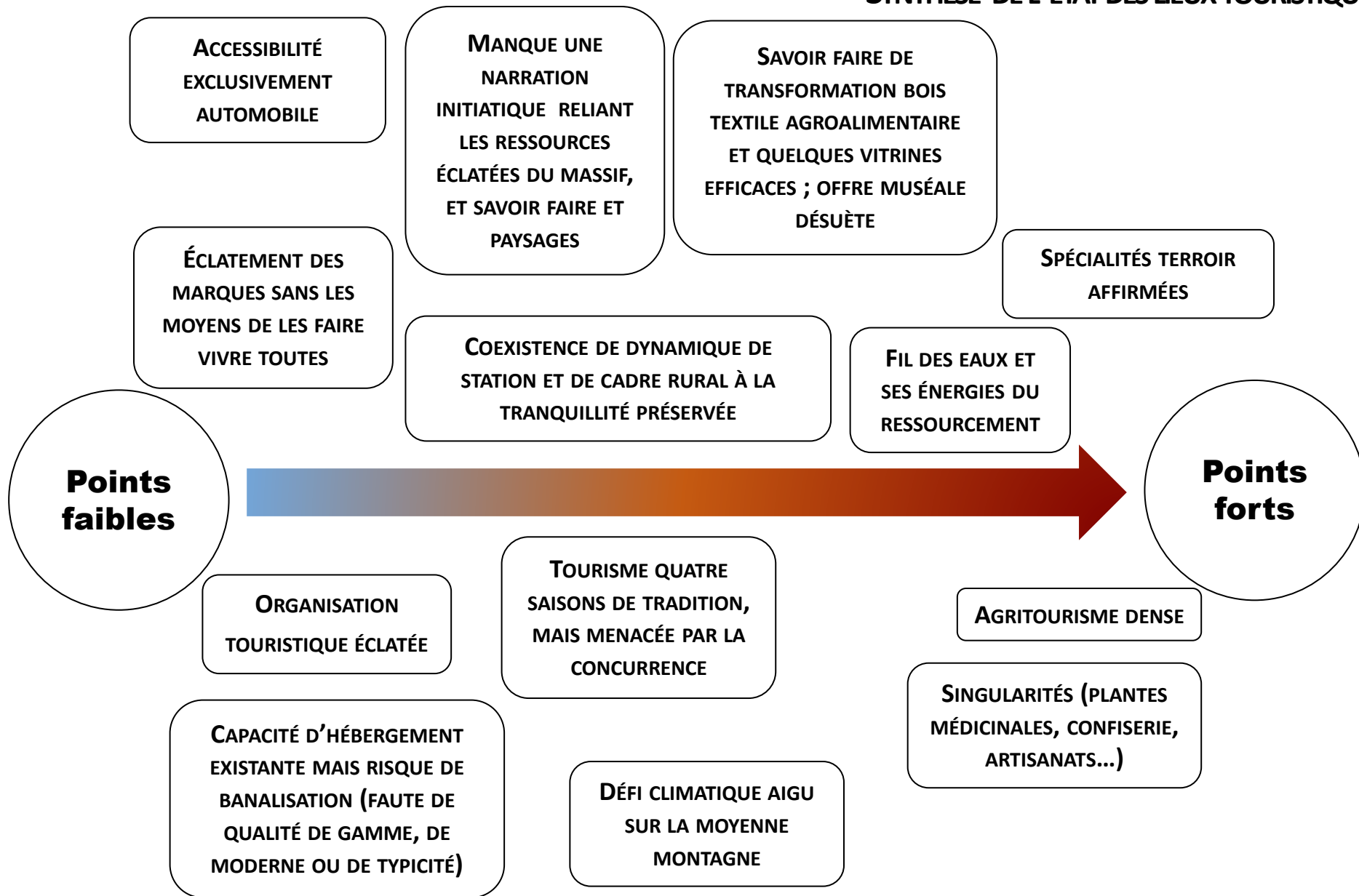
Dynamique de l'emploi des secteurs de l'économie présentielle au regard des dynamiques des 15 dernières années

Analyses

La dynamique de demande issue de l'évolution démographique et des moteurs touristique comme industriel va structurer l'évolution de l'emploi de l'économie présentielle sur le territoire par :

- ✓ Une augmentation des services aux particuliers notamment en lien avec le vieillissement de la population
- ✓ Une baisse prononcée du secteur de la construction en lien avec la faiblesse des mises en chantier locales
- ✓ Une baisse des services aux entreprises en lien avec la baisse du nombre d'établissements employeurs.
- ✓ Un maintien des secteurs du transport et du commerce de gros.

SYNTHÈSE DE L'ÉTAT DES LIEUX TOURISTIQUE



L'offre touristique actuelle ou la nécessité de faire sens pour le territoire, ses visiteurs et ses résidents

Analyses

L'évolution du moteur touristique dépendra de plusieurs éléments:

- ✓ **une qualification de l'offre** à la fois dans le domaine de l'hébergement, des activités de pleine nature, du patrimoine et du terroir (expérience d'interaction, récit initiatique maillant l'offre, etc.)
- ✓ **des moyens de marketing territorial rationalisés** au service d'une image des Hautes Vosges incarnant beaucoup plus cette prise de hauteur/ de distance avec le quotidien de la ville
- ✓ **une mobilité et une itinérance pensées en cohérence avec l'image voulue du territoire et anticipant les mixités d'usages** : au-delà du vélo, un retard structurel des circulations douces sécurisées et vis-à-vis de l'attrait du sans voiture



LE SECTEUR TOURISTIQUE

Projeter l'évolution du territoire d'ici à 2030 paraît vain à ce stade, sans avoir préalablement défini les objectifs stratégiques. La projection proposée ici estime l'évolution du secteur touristique « au fil de l'eau », au risque du laisser faire*.

SÉJOURNANTS

ACTIVITÉ HIVERNALE

EN 2030  -10%

Maintien, voire renforcement des **stations de grande montagne** au détriment de la moyenne montagne dont l'enneigement sera de plus en plus compromis.

ACTIVITÉ ESTIVALE

EN 2030  -2%

En restant sur une logique d'acquis, effet de **concurrence accrue des autres territoires**, qui certes sont moins bien placés mais se montrent plus réactifs et requalifient leur offre d'hébergement.

EXCURSIONNISTES

ACTIVITÉ HIVERNALE

EN 2030  -10%

Un public de proximité conservant des **habitudes de fréquentation** et des investissements dans les équipements d'**enneigement artificiel** pouvant maintenir une activité de sport d'hiver en altitude :

- Retour sur investissement ?
- Ethique écologique ?

ACTIVITÉ ESTIVALE

EN 2030  +5%

Un public de proximité conservant des habitudes de fréquentation, et dynamisme événementiel bien que **concurrence de territoires proches ayant aussi du dynamisme** (Alsace).

Une recrudescence de fréquentation sur la période estivale sur **les lacs et points d'eau**, avec une réserve sur l'état du niveau d'eau.

LA TENDANCE D'ICI EN 2030 POUR LE SECTEUR TOURISTIQUE

Actuellement, le département des Vosges comptabilise :

- 6,2 millions de nuitées
- 4,2 millions de visiteurs dont 71,4% d'excursionnistes et 28,6% de touristes

Le constat aujourd'hui :

- Un **effet de saturation** d'ores et déjà ressenti à certaines périodes de l'année en terme de fréquentation (ville de station notamment) et de développement (Massif fortement aménagé et espaces naturels protégés donc extension difficile, éclatement de l'offre sans bonne promotion, etc.)
- Une **mixité d'usages** difficile à gérer sur certains espaces et qui entretient des comportements déplacés (usages professionnels/usages touristiques ; public de randonneurs et d'itinérants/automobile)
- Un **développement de l'évènementiel** et d'activités sportives en espace naturel exponentiel avec attrait des excursionnistes et risques de dérives (préservation des milieux, initiatives privées/domaine public, contrôle des types de manifestations, etc.)

QUANTITATIVEMENT

EN 2030



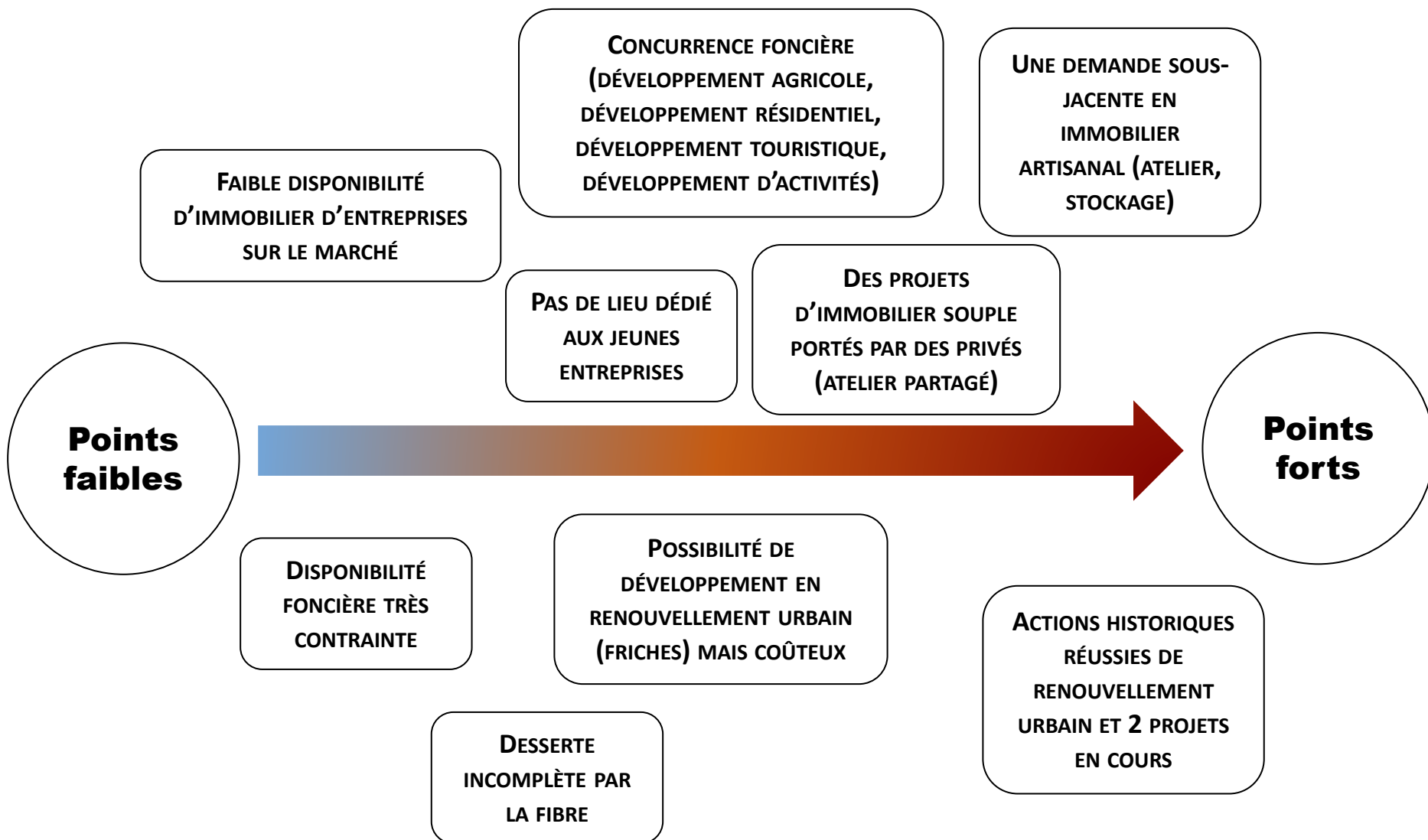
QUALITATIVEMENT

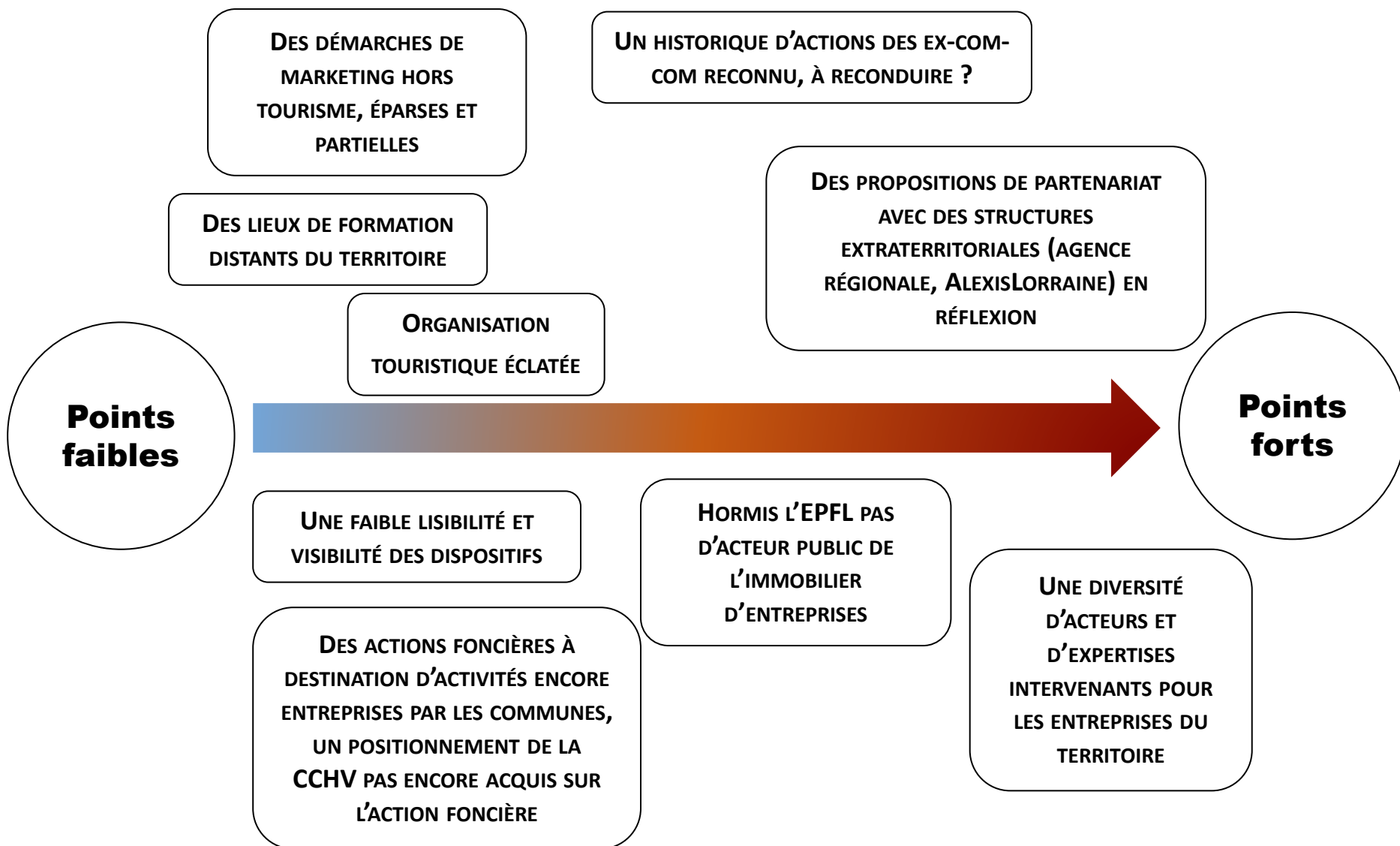
EN 2030




- Le développement de l'évènementiel notamment sportif assurera avant tout le **maintien d'une médiatisation du territoire**. Il saura générer des flux liés à l'événement, mais n'aura pas vocation première au séjour.
- Une **dégradation des milieux naturels et du cadre de vie** sans une ambition de tourisme raisonné
- Une **offre fidèle à l'esprit traditionnel mais peu qualifiante** pour démarquer le territoire.

* Chiffres du département des Vosges





A thin vertical black line is positioned to the left of the title text.

L'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE

1. Pas de consensus local des acteurs économiques sur la perception de l'urgence

—

Demain, un territoire engagé?

3. Malgré tout certains acteurs perçoivent l'impact et souhaitent mettre en œuvre des solutions à court terme

—

Demain, des initiatives soutenues, des co-investissements ?

2.1 Peu de stratégies formalisées sur l'adaptation des moyens de production et/ou du positionnement marché (produit en France, argument « patriotique » mais pas forcément DD)

2.2 Pour d'autres des difficultés à mettre en place des circuits courts de production/approvisionnement

—

Demain, un accompagnement à l'adaptation ?



MATRICE AFOM

Forces

- **UN CADRE DE VIE QUALITATIF.**
- **UNE DENSITÉ ENTREPRENEURIALE ET INDUSTRIELLE HÉRITÉE, EXCEPTIONNELLE.**
- **UNE ÉCONOMIE DIVERSIFIÉE.**
- **UNE NOTORIÉTÉ DÉJÀ ACQUISE DE TERRAIN DE JEU HIVER/ÉTÉ QUI DRAINE DES FLUX DE VISITEURS SUR LE TERRITOIRE.**
- **UN BASSIN DE POPULATION CONSÉQUENT À MOINS D'UNE HEURE D'ÉPINAL ET DE L'ALSACE.**
- **UNE VARIÉTÉ ET UNE COMPLÉMENTARITÉ QUI FONT LA RICHESSE DU TERRITOIRE (PRODUITS DU TERROIR, RELIEFS ET PAYSAGES, ACTIVITÉS EN 4 SAISONS...)**
- **UNE OFFRE D'HÉBERGEMENTS TOURISTIQUES SIGNIFICATIVE EN QUANTITÉ.**

Faiblesses

- **UN FONCIER CONTRAINT ET UNE CONCURRENCE FONCIÈRE.**
- **LE PRIX DU FONCIER SUR CERTAINS SECTEURS QUI LIMITE L'ATTRACTIVITÉ RÉSIDENTIELLE.**
- **UN CADRE DE VIE RÉSIDENTIEL IMPACTÉ PAR LE TOURISME (PART DES RÉSIDENCES SECONDAIRES, PRIX HABITAT)**
- **UN EFFET LIMITÉ D'ENTRAÎNEMENT ET DE DIFFUSION DES PUBLICS TOURISTIQUES SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE.**
- **UNE OFFRE 4 SAISONS À RELATIVISER AU MOTIF D'UN DÉVELOPPEMENT D'ABORD EN FAVEUR DES SAISONS HIVERNALE ET ESTIVALE**
- **UNE EXIGENCE DE QUALITÉ ET DE PROFESSIONNALISME (VÉTUSTÉ DU PARC D'HÉBERGEMENT, ABSENCE DE COLLABORATION, COMMUNICATION NON CONCERTÉE...)**
- **UN MILLEFEUILLE INSTITUTIONNEL ET MARKETING QUI REND CONFUS LA PROMOTION DU TERRITOIRE.**
- **LA DESSERTE INCOMPLÈTE PAR LA FIBRE.**
- **DES EFFECTIFS SALARIÉS DES ENTREPRISES INDUSTRIELLES EN BAISSÉ.**

Opportunités

- UN EFFET DE SAISONNALITÉ QUI POURRAIT ÊTRE ENCORE AMOINDRI PAR LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS.
- UNE PROXIMITÉ ET DES LIENS NOUVEAUX AVEC LES TERRITOIRES DE L'ALSACE OU FRONTALIERS.
- UNE IDENTITÉ INDUSTRIELLE QUI PEUT TROUVER UN SECOND SOUFFLE DANS LE DÉPLOIEMENT D'ACTIVITÉS TOURISTIQUES.
- DES SECTEURS SOUS-ESTIMÉS (PATRIMOINE, ARTISANAT ET AGRICULTURE)
- PARTENARIAT HISTORIQUE AVEC EPFL POUR DÉGAGER FONCIER ET IMMOBILIER.
- UNE DYNAMIQUE ENTREPRENEURIALE POUR RENOUVELER LE TISSU ÉCONOMIQUE.
- DES PROJETS DE RENOUVELLEMENT URBAIN (FRICHES) QUI PEUVENT SOUTENIR LE DÉVELOPPEMENT DES PETITES ENTREPRISES.
- DES RESSOURCES LOCALES POUR RENOUVELER LES MODES DE CONSOMMATION ÉLECTRIQUE.
- DES PROJETS PORTÉS PAR DES ACTEURS LOCAUX QUI PEUVENT CRÉER DES DYNAMIQUES.

Menaces

- LA MENACE DES CHANGEMENTS CLIMATIQUES SUR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE QUESTIONNÉE DIVERSEMENT - SELON LA « RENTE D'ALTITUDE » NOTAMMENT.
- LA SCISSION TERRITORIALE QUI ACTERAIT UNE RUPTURE COMPROMETTANTE POUR UN DÉVELOPPEMENT EN BONNE ENTENTE.
- LA RÉACTIVITÉ D'AUTRES TERRITOIRES DE MONTAGNE.
- LA BAISSÉ DÉMOGRAPHIQUE QUI VA LIMITER LA BASE ACTIVE DU TERRITOIRE ET LE MARCHÉ POUR LES COMMERCEs ET ARTISANS LOCAUX.
- TENSIONS SUR LA RESSOURCE EN EAU.
- DES DIFFICULTÉS DE RECRUTEMENT QUI PEUVENT À TERME, REMETTRE EN QUESTION L'IMPLANTATION LOCALE DE CERTAINES ENTREPRISES DE GRANDE TAILLE.
- LA PRÉSENCE DE SERVICES PUBLICS EN RÉDUCTION (COLLÈGE, HÔPITAL ETC...).



ENJEUX

1. Maintenir le développement des filières industrielles et de transformation sur le territoire

-
- >Favoriser l'ancrage par une action volontariste de formation et de facilitation des recrutements
- >Favoriser le développement de la valorisation agricole (mutualisation d'équipement et de personnel...)
- >Favoriser la mise en réseau et développement de circuits courts (bois, agro-alimentaire...)
- >Des pôles métiers ? (formation, équipement mutualisé)
- >...

Demain, un territoire ressource du *made in France* ?

3. Agir sur l'attractivité résidentielle

-
- >Optimiser de la localisation des services d'intérêt général, mutualisation des accès, développement des technologies numériques
- >Attirer des nouvelles populations
- >Fixer les habitants (jeunes et jeunes couples), action sur les typologies habitat par exemple.
- >...

Demain, un territoire d'initiatives ?

2. Favoriser le renouvellement du tissu économique

-
- >Valoriser l'entrepreneuriat, sensibilisation, parcours inspirant
- >Soutenir la dynamique entrepreneuriale (accompagnement, financement...)
- >Créer les conditions de développement local des entreprises en croissance (parcours résidentiel des entreprises)
- >....

Demain, un territoire qui facilite la croissance de ses entreprises ?

4. Profiter de la dynamique touristique pour valoriser l'offre et révéler la diversité du tissu local

-
- >Valorisation de l'offre économique locale
- >Valorisation des disponibilités foncières et immobilières
- > Action à mener auprès de futurs salariés sur et hors du territoire, attractivité résidentielle
- >...

Demain, un territoire reconnu positionné sur la carte du Grand-Est ?

Action volontariste de création d'offre foncière et immobilière

-
- > Prévoir des offres immobilières à destination des entreprises dans les projets de reconversion de friches
- > Favoriser le parcours résidentiel des entreprises par la création d'une offre de locaux de petites et moyennes surfaces, voire des offres souples type coworking, ateliers partagés
- > Créer du clé en main
- >....

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENTÉ EN ENTRETIEN

DÉVELOPPER DES LIEUX ADAPTÉS AUX PLUS PETITES ENTREPRISES

- > Peu ou pas de locaux disponibles sur le marché
- > Pas de locaux adaptés aux petites entreprises (1 à 5 salariés)
- > Des projets en construction neuve dans zone résidentielle



Des projets de reconversion de friches en cours, d'autres réussies sur le territoire et aux alentours



OFFRE

Améliorer l'offre de service aux entrepreneurs

-
- >Améliorer l'offre d'accompagnement (émergence, croissance, financement etc.) aux entreprises et porteurs de projets
- >Favoriser le développement de formation en proximité
- >Créer une offre spécifique pour développer l'entrepreneuriat industriel (lieu métier, équipement mutualisé)
- >Des acteurs présents et des opérateurs proposant de nouveaux services à faire dialoguer
- >...

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENT EN ENTRETIEN

PLUS DE LISIBILITÉ DES AIDES DISPONIBLES

OFFRE

- >Des acteurs de l'accompagnement connus
- >Pas forcément de connaissance des dispositifs d'aides
- >Des dispositifs régionaux activés (Leader) mais seuls face à la réponse
- >Des lieux identifiés (pépinière Epinal-Saint-Dié mais trop loin du territoire)
- >Des formes innovantes d'accompagnement en gestation



Agir pour une meilleure lisibilité et visibilité du territoire

- > Observer l'économie et ses mouvements (recoupements des données disponibles, échanges réguliers...)
- > Valoriser le territoire et son offre économique en prenant appui sur la dynamique de valorisation touristique

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENTÉ EN ENTRETIEN

UNE MÉCONNAISSANCE DES DYNAMIQUES DU TERRITOIRE

- >Les acteurs économiques qui partagent des problématiques communes (recrutement, développement immobilier...)
- >Mais des acteurs qui participent rarement à des réseaux pour répondre collectivement à ces problématiques
- >Des réseaux d'acteurs locaux pouvant être moteurs sur les problématiques d'ancrage local mais pas sur le développement des entreprises (existe d'autres réseaux pour)



Copyright © My Company

IMAGE
POSITIONNEMENT

Animer le partenariat et définir le contour de l'intervention intercommunale et ses modes d'actions: socle, adaptés, agile

-
- >In house vs sur-mesure vs relais de dispositif existants
- >Ouvrir le dialogue entre les grandes locomotives du territoire et les petites communes alentours
- >Mettre les compétences d'une structure intercommunale au service d'initiatives de proximité

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENTÉ EN ENTRETIEN

VALORISER/AMÉLIORER PLUTÔT QUE
DOUBLER

ORGANISATION

- >Des acteurs institutionnels nombreux à agir sur le territoire
- >Des propositions de partenariats en attente
- >Des communes qui ne veulent pas perdre la main sur des actions qui marchent et/ou des projets de développement touchant à l'urbanisme et au développement de la commune
- >Des acteurs économiques qui positionnent les services de la CC des Hautes Vosges comme un relai mais pas comme un créateur de nouveaux dispositifs
- > Des retours positifs sur les actions de l'ancienne CC de la Haute Moselotte

1. Relier dans le temps et l'espace les activités et les découvertes du territoire

— *La nécessité d'un story telling pour faire sens*

Montrer le tourisme en tant qu'inventeur du territoire et source de vitalité

Mailler les découvertes sur le territoire par la mise en récit à travers une filière ou un parcours (artisanat, économie, tourisme)

Demain, un parcours spectacle ?

2. Les Hautes-Vosges, plus que nature

— *Une nature préservée, expérience de bien-être*

Une nature pourvue d'une expérience à vivre tant pour le visiteur que pour le résident

Une nature ressource pour le soin de soi (sport et loisirs, plantes médicinales, sylvothérapie, etc.)

Demain, un faire valoir par un espace initiatique ou un dispositif embarqué ?

3. Révéler les richesses cachées, nouvelles sources de curiosité

— *Le tourisme, vecteur de réappropriation*

Un patrimoine sous-exploité (faire-valoir à créer, des muséographies à enchanter, itinérances à renforcer...)

Une agriculture en quête de reconnaissance (savoir-faire, préservation des paysages, etc.)

L'eau, un fil conducteur car facteur historique d'implantation

Demain, un terrain d'initiation et d'apprentissage ?

4. Faire de la dynamique touristique, une plus-value résidentielle

— *Le tourisme, au service d'un cadre de vie qualitatif et d'un dynamisme économique*

Un complément d'activité non négligeable aujourd'hui dans le domaine de l'agriculture et de l'artisanat

Des investissements à réfléchir pas seulement au regard des touristes, mais de ce qu'ils peuvent apporter pour les résidents

Demain, des pôles multi-services ou hybrides ?

DES OFFICES DE TOURISME TIERS-LIEUX



Le comptoir des Loisirs, Evreux



Office de Tourisme du Val de Garonne, Marmande



DES ESPACES DE LOISIRS

Parc de réalité virtuelle

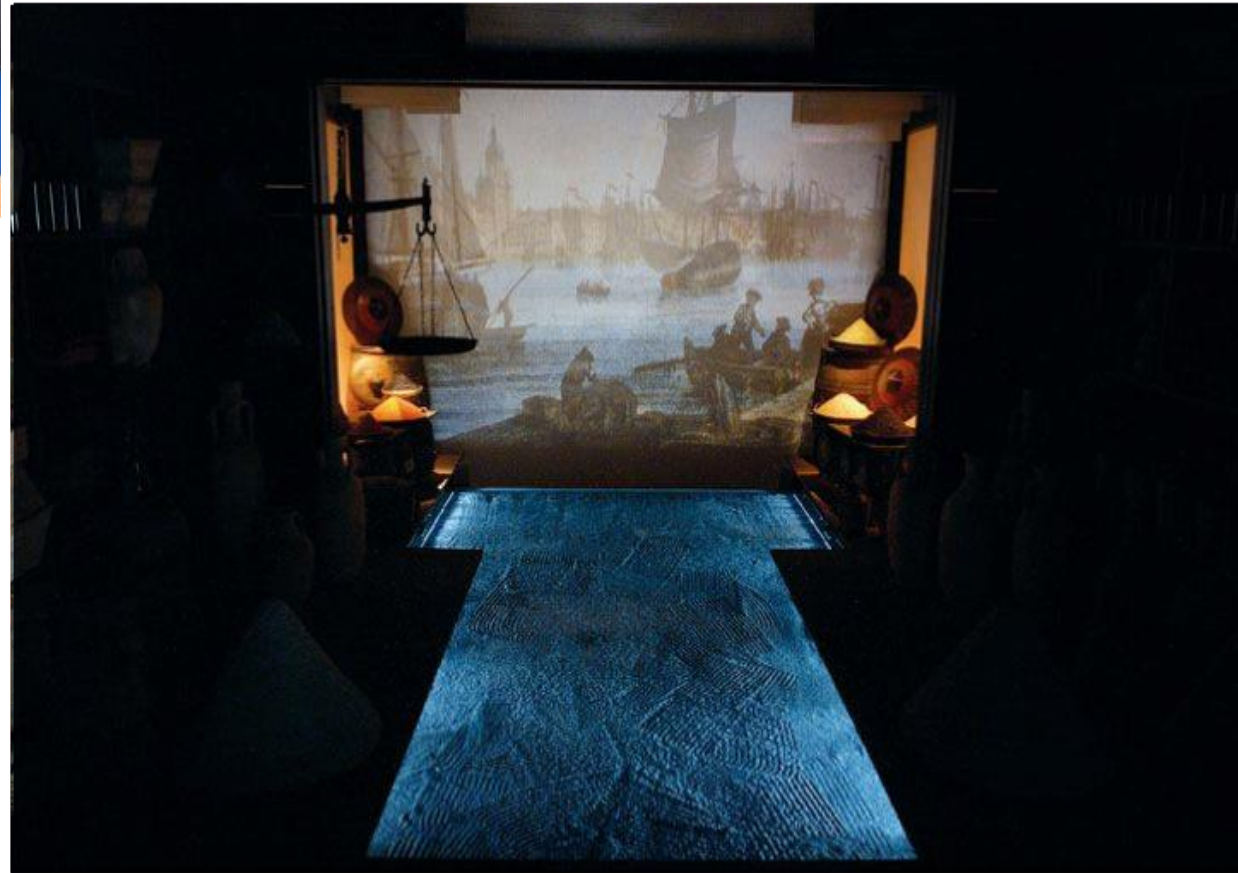


Vésubia Park Mountain, Saint-Martin-Vésubie



DES ESPACES DE DÉCOUVERTE

Espace de découverte de Cognac, Maison d'Aiguebelette, Artemia Museum, Pépinière d'artisans de Desvres



Agir pour une meilleure lisibilité et visibilité du territoire

- Clarifier un éclatement des marques que le territoire n'a pas moyen d'entretenir à terme
- Améliorer les actions et outils de promotion et de communication, en trouvant les moyens de mutualiser

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENTÉ EN ENTRETIEN

LA COMMERCIALISATION ET LA PROMOTION

- Perfectionner et moderniser les outils de commercialisation et de promotion
- Refléter toute la richesse et la diversité de l'offre proposée sur le territoire
- Impulser une démarche de reconnaissance des initiatives portées
- Optimiser le fonctionnement et les interactions entre institutions préexistantes et aligner les marques territoriales pour une meilleure efficacité

IMAGE POSITIONNEMENT



Nos coups de coeur



CROQ'VELO VIGNOBLE ET VALLEES - VÉLO ET TERROIR
Profitez d'une sortie à la journée comprenant la location d'un vélo électrique et un déjeuner dans un

→ Lire la suite



BIKE ET SPA
Profitez d'une sortie à la journée comprenant la location d'un vélo électrique, un déjeuner et une après-midi

→ Lire la suite



JOURNÉES EUROPÉENNES DES MÉTIERS D'ART
Démonstration et animation

→ Lire la suite



HENTER'M KALLERLADEL
Dégustations et visites de caves, animations et expositions

→ Lire la suite

Transformer les *a priori* sur les Vosges en axes stratégiques structurants

- Du territoire rural, loin des villes...à la terre de déconnexion
- D'une accessibilité enclavée...à une mobilité facilitée (navette, etc.)
- Du tout voiture...à des itinérances alternatives (co-voiturage, vélo, etc.), voire des compensations incitatives (tarif dégressif)
- D'une industrie en perte de vitesse ou vieillissante...aux technologies de pointe
- Des traditions...à l'excellence locale

IMAGE
POSITIONNEMENT

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENT EN ENTRETIEN

SE MONTRER AUDACIEUX ET MODERNE

- Offrir un confort et une qualité de vie par des services adéquats (fibre, proximité, mutualisation, coworking)
- Soutenir des projets innovants et audacieux sur le territoire (mobilité, diversification de l'offre)
- Ré-enchanter l'image d'un territoire de tradition et d'authenticité par des initiatives novatrices

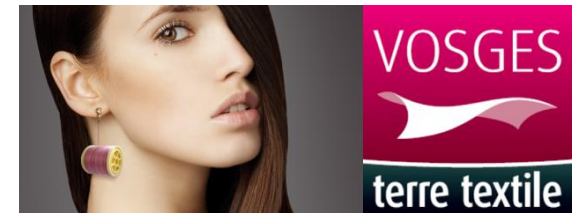


IMAGE POSITIONNEMENT

Anticiper les impacts du changement climatique

- Favoriser les démarches durables au service d'une qualité différenciante
- Ne pas craindre la reconversion des activités hivernales et se positionner en soutien des démarches
- Oser l'audace et la créativité dans le développement des activités pour être source d'attractivité

RESORT FRÈRE JOSEPH, VENTRON

Reconvertir la station de ski alpin en un centre bien-être et de loisirs 4 saisons

- Anticiper la raréfaction de l'activité de sport d'hiver sur la station
 - S'inscrire dans une démarche de mise en tourisme conciliable avec la préservation des paysages et de la nature environnante
- Une triple intention : la création d'un centre de soin et spa de 3 500 m², une montée en gamme de l'Hôtel de l'Ermitage et le développement d'activités sportives et nature en montagne à l'année
- Un volontarisme louable
- **Un portage complexe**
- **Un questionnement sur la viabilité du projet**



INVESTISSEMENT
16 millions d'€

Persévérer dans l'affirmation d'un tourisme 4 saisons

—

- Valoriser des secteurs riches mais sous-exploités (savoir-faire et l'artisanat, agriculture, histoire, culture)
- Identifier ou créer un ou des équipement(s) à même de proposer des activités *indoor* en cas de mauvais temps

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENTÉ EN ENTRETIEN

LE VÉLO, LE LOISIR DE DEMAIN

OFFRE

- Adapter l'offre aux demandes (VAE, accompagnement, etc.)
- Aménager des parcours sécurisés incitatifs pour les familles
- Mailler le territoire par des relais de services auprès des utilisateurs (accueil vélo, rechargement, etc.)
- Le valoriser à la fois comme un outil de découverte et un moyen de locomotion de proximité



Être porteur d'une dynamique professionnelle constructive

- Perfectionner les modes de fonctionnement et moderniser les outils des Offices de Tourisme pour une meilleure visibilité et lisibilité de l'offre du territoire
- Être incitateur d'une démarche de concertation et de collaboration interprofessionnelle
- Être accompagnateur et force de soutien pour les acteurs socio-professionnels

UNE THÉMATIQUE RÉCURRENTÉ EN ENTRETIEN

LA PROFESSIONNALISATION

OFFRE

- Améliorer la qualité d'accueil, gagner au-delà du prisme de la fidélité établie
- Se montrer réactif et proactif face aux aléas climatiques en proposant des alternatives à la clientèle



Raconter le patrimoine et l'artisanat

- Valoriser le substrat local à la hauteur de sa représentativité et de sa dynamique
- Faire lien entre les lieux de patrimoine d'hier et les savoir-faire et industries d'aujourd'hui
- Proposer des scénographies inventives

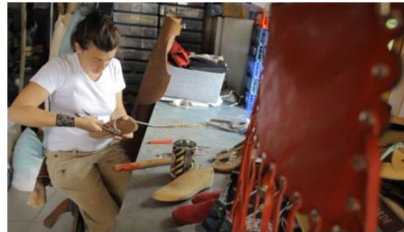
LE PATRIMOINE



→ Un bénévolat qui s'essouffle à faire perdurer un substrat muséal vieillissant.

→ Un faire-valoir nécessaire à travers une mise en récit évocatrice

L'ARTISANAT



→ Une visibilité difficile à acquérir

→ Une transmission des savoir-faire en péril

→ Une modernité effective mais peu révélée

L'AGRI-TOURISME ET LE TERROIR



→ Un secteur bien représenté où il est difficile de s'y retrouver (pour le visiteur) et de se démarquer (pour l'exploitant)

→ Des spécificités du territoire à révéler

→ Une curiosité et un engouement actuel favorable

OFFRE

ORGANISATION

Accorder de la légitimité à agir ensemble

- Structurer un réseau actif de professionnels engageant des démarches de travail en collaboration
- Faire preuve de professionnalisme par une action en réseau et une culture du résultat

MAISON DE LA MONTAGNE, LA BRESSE

Un guichet unique pour la formation aux métiers de la montagne et des professionnels saisonniers

- Regrouper des organismes de formation
 - Accueillir des travailleurs pour les accompagner dans leur recherche d'emploi et développer leurs compétences
 - Être porteur d'un savoir-faire particulier capable de renforcer l'attractivité du territoire
- ➔ Une vitrine professionnelle à la fois économique et touristique
 - ➔ Un état d'esprit collectif lié à l'univers de la montagne érigé en plus-value différenciante pour le Massif
 - ➔ Une montée en puissance progressive pour s'élargir aux métiers du tourisme, de l'animation, du sport et des loisirs

**LES PARTENAIRES DU PROJET**

Région Grand Est
Conseil départemental des Vosges
Commissariat de Massif
Ville de la Bresse
CCI
Caisse des dépôts

A thin vertical black line is positioned to the left of the title.

LES PROCHAINES ÉTAPES

1. Engager la concertation avec les acteurs

- Partager le diagnostic
- Recueillir les avis sur les thématiques à privilégier

2. Repérer des actions structurantes

- Identifier les initiatives prioritaires qui pourraient être portées
- Se faire l'écho des projets portés ou des idées nourries par les acteurs
- Souligner les filières à potentiel ou sous-exploitées
- Cibler des démarches qualitatives capables d'accorder de la visibilité

3. S'inspirer d'expériences à partir d'un référencement

- Donner à voir des exemples appuyés d'une approche critique
- Rendre compte des initiatives portées dans des territoires concurrents ou proches géographiquement
- Proposer des réponses aux enjeux soulevés

Une ambition

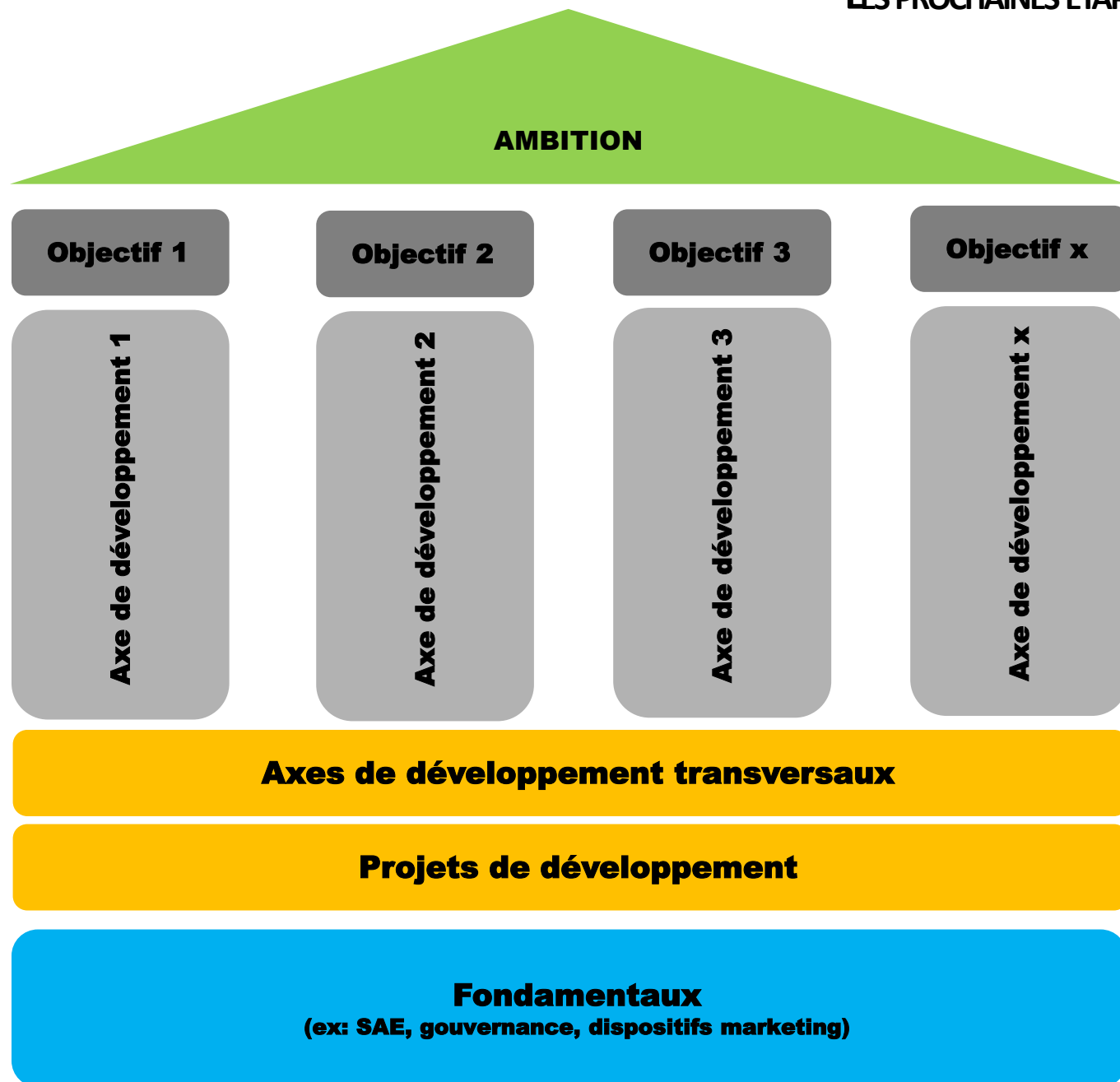
- Situation souhaitée du territoire à MT/LT
- Choix stratégique du territoire
- Formulation de la promesse

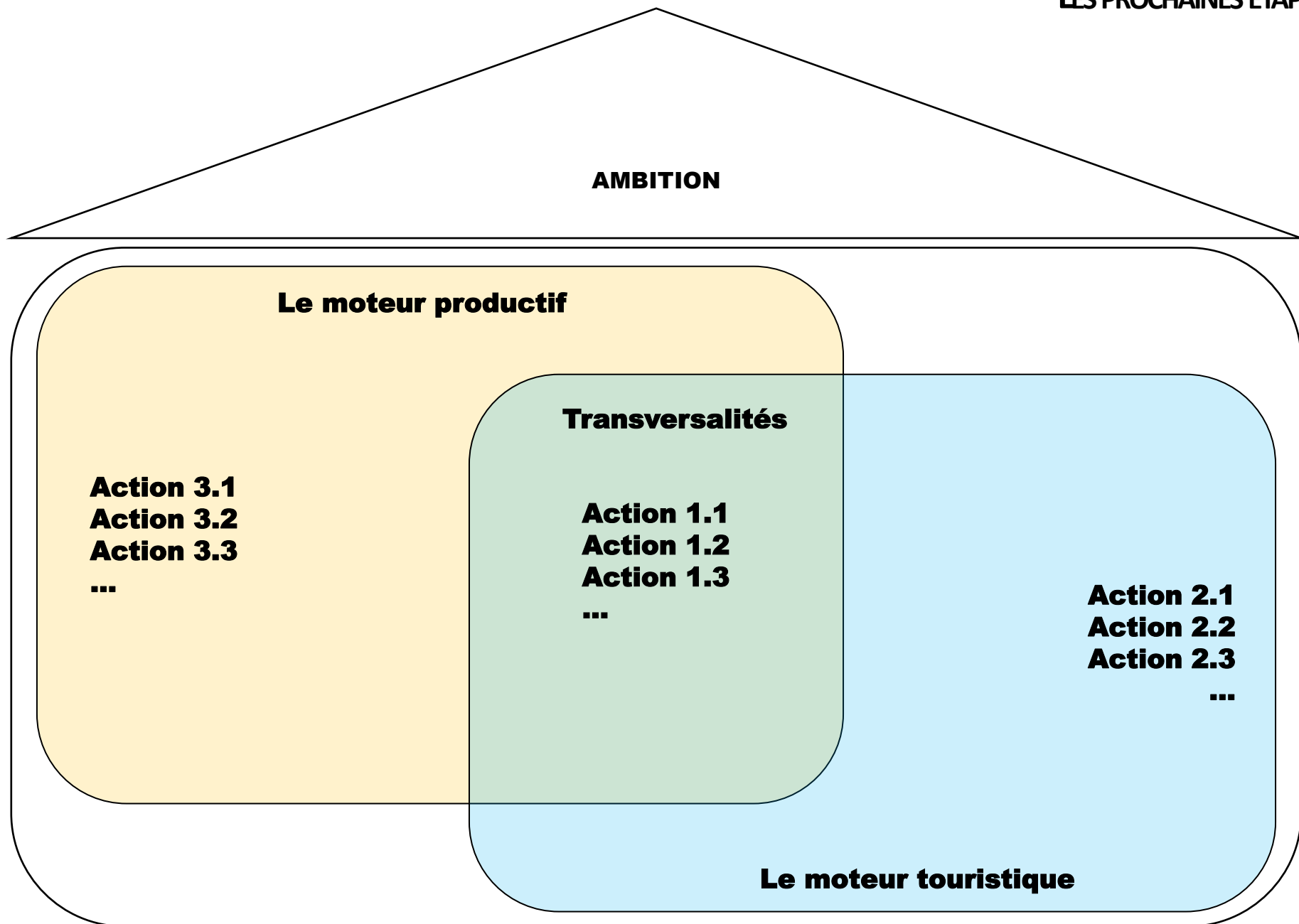
Un plan stratégique

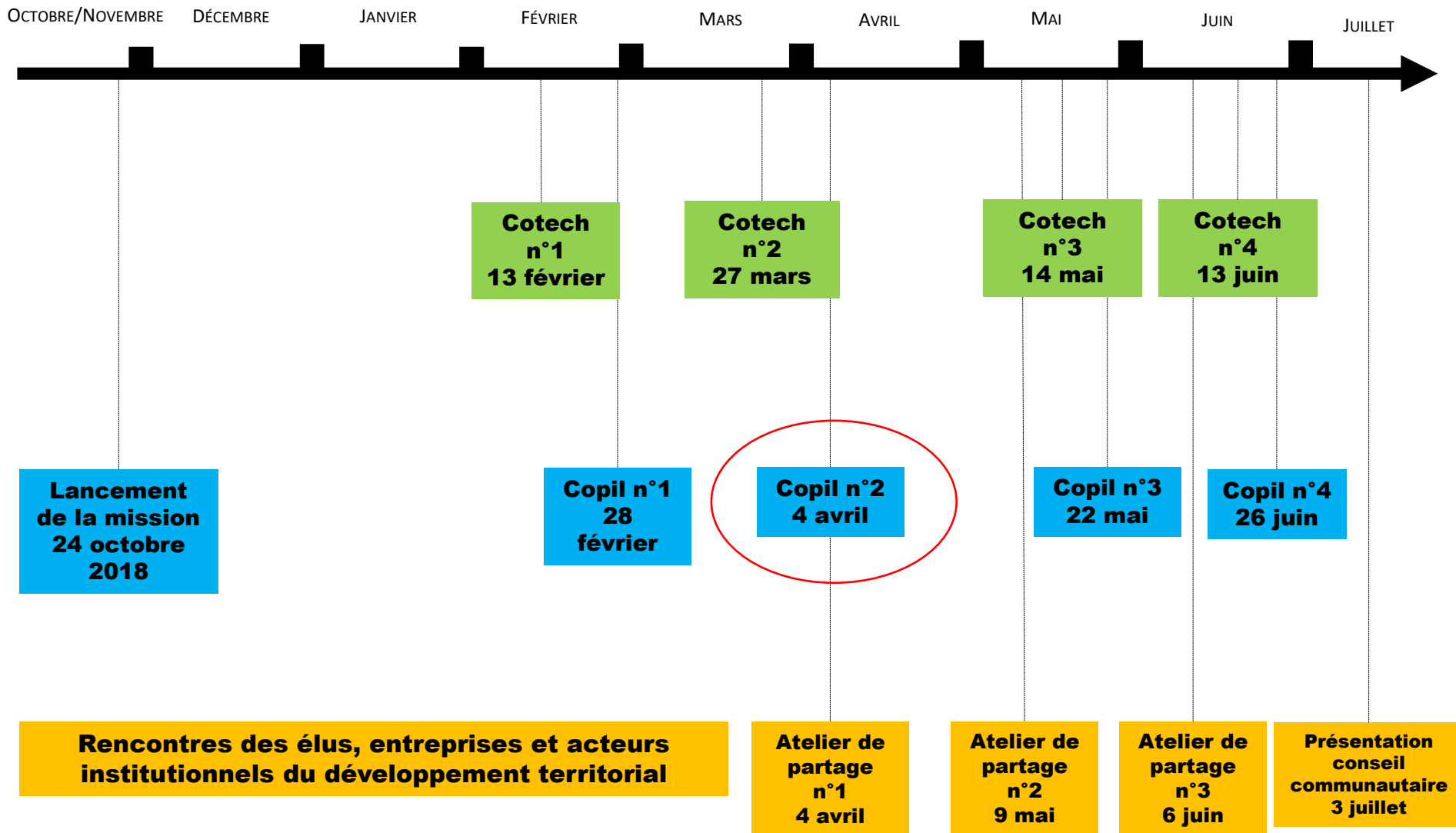
- Objectifs: résultats concrets à atteindre à une échéance donnée
- Axes de développement: thématiques qui structurent la stratégie selon les priorités identifiées
- Projets de développement: action concrètes à mettre en œuvre

Des fondamentaux

Des moyens d'actions pour mettre en œuvre la stratégie







**ANTONIN MICHELET***Gérant*

01 64 46 03 46 / 06 76 73 18 57

antonin.michelet@creaspace.fr**YOUCEF BOUABDALLAH***Chef de projet*

06 08 15 01 41

youcef.bouabdallah@creaspace.fr**JEAN-MICHEL GRARD***Référent projet*

06 14 40 98 09

jmgrad@maitresdureve.com**Delphine GELI***Référente associée*

06 37 58 64 00

mdrparis@maitresdureve.com