



**DÉFINIR COLLECTIVEMENT
UNE STRATÉGIE TOURISTIQUE
RESPONSABLE POUR LA DESTINATION
MASSIF DES VOSGES À L'HORIZON 2030**
ENSEMBLE, PRENONS SOIN DE LA MONTAGNE



SOMMAIRE



Vallée des Lacs.

© Christophe Lenouge



Station La Bresse.

© Christophe Lenouge

1. **Un contexte de profondes mutations**
2. **Les atouts d'une destination bleue, verte, blanche pour répondre à ces mutations**
3. **Montagne buissonnière, une marque à haut potentiel d'attractivité qui privilégie un tourisme de qualité**
 - Le positionnement ;
 - Les marchés cibles ;
 - Les thématiques prioritaires.
4. **Réussir la transformation : quel tourisme dans le massif des Vosges en 2030 ?**
 - Faire évoluer l'offre pour favoriser le séjour ;
 - Privilégier un tourisme respectueux de l'environnement, des ressources et de la biodiversité ;
 - Mieux faire ensemble avec la marque de destination.
5. **En route pour relever le défi**
Les acteurs du Massif des Vosges s'engagent

Annexe

Synthèse de l'analyse stratégique



Découverte de la montagne en famille.

© MCDSC



Jacques Witkowski, Préfet de la Région Grand Est

L'attractivité des territoires et en particulier des territoires de montagne est au cœur des politiques nationales. Cela se traduit dans les faits par la loi montagne, qui a 40 ans en 2025, et qui prévoit une gouvernance et des moyens spécifiques. Plus récemment en considérant les territoires de montagne comme des territoires d'avant-garde face à l'adaptation au changement climatique, la loi climat et résilience a encore accentué l'attention portée à ces territoires. Des moyens ont été mis pour accompagner cette mobilisation notamment via le Plan Avenir Montagnes.

La France, qui reste parmi les premières destinations touristiques veut à la fois préserver cette place et diversifier ses lieux d'accueil. Pour cela, déconcentrer le passage touristique pour éviter ainsi les écueils du tourisme de masse est un des objectifs de la politique nationale. Dans ce contexte le tourisme rural et de montagne a toute sa place et le massif des Vosges encore plus.

C'est donc fort de cette double considération des enjeux d'attractivité et d'adaptation au changement climatique que le tourisme dans le massif des Vosges est accompagné par les pouvoirs publics.

En proposant de mieux prendre en compte les impacts environnementaux d'un tourisme de plein air, en renforçant la place

du tourisme patrimonial, industriel et historique, en enrichissant la valorisation de l'identité vosgienne, la stratégie qui vous est proposée vise à faire en sorte que la destination Massif des Vosges s'adapte. La stratégie mise aussi sur la diversité des publics, prend en compte les familles comme les pratiquants sportifs ou amateurs de belle nature. Une autre ambition marquée de cette stratégie est de poursuivre la fédération et la coopération des acteurs, condition décisive de la capacité d'un territoire à manifester une capacité d'agir, de donner envie, de livrer ses richesses pour être partagées plutôt que consommées.

L'Etat vise autant la préservation du patrimoine naturel et environnemental du massif, sa biodiversité, que le maintien d'une capacité à vivre dans le massif, à trouver de l'emploi, à générer de la valeur ajoutée.

La stratégie proposée, définie collégialement entre l'Etat, les collectivités et les acteurs de territoire, traduit une ambition partagée et réaffirmée en faveur d'un développement touristique équilibré du Massif des Vosges, qui vise autant la valorisation de ses atouts que le développement d'une capacité d'animation aux défis d'aujourd'hui et de demain.

INTERVIEW

« La transition touristique par l'exemple : voilà notre engagement »



Denise Buhl, Vice-Présidente de la Région Grand Est, en charge de la montagne

Pour Denise Buhl, c'est le moment d'accélérer le mouvement collectivement pour répondre au plus près aux enjeux climatiques, économiques et sociétaux. Entre conviction et expérimentation, face à des équations souvent difficiles, l'élue soutient une démarche progressive mais résolue, illustrée par des initiatives concrètes et immédiatement perceptibles.

Vous dites que les planètes sont alignées pour avancer. Qu'entendez-vous par là ?

Le massif des Vosges a beaucoup évolué en quarante ans mais la crise sanitaire a rebattu les cartes. Les restrictions de déplacements ont poussé la clientèle locale à redécouvrir le massif, et les villes proches ont manifesté un réel engouement pour nos montagnes. Dans un contexte de mutation, il s'agit maintenant d'accélérer collectivement le mouvement en capitalisant sur nos forces. Nous l'avons constaté : la dynamique de groupe est le socle et la clé de notre démarche. Tous les acteurs ont compris qu'il n'y a aucun intérêt à agir seul. La stratégie touristique qui se met en place est fondée sur la co-construction, l'adhésion

des acteurs du massif et de ses habitants. Elle propose un cadre de réflexion sur les sujets structurants comme l'adaptation au changement climatique, et un cadre d'action assorti d'initiatives collectives et de financements.

Pourquoi la question du tourisme est-elle aussi prégnante dans le massif des Vosges ?

Le tourisme est un levier décisif du développement du massif et des 580 communes qui le composent. Son poids est considérable et génère plus de 10 000 emplois touristiques. Nous avons une carte à jouer compte tenu des atouts du massif : son ADN nature, son accessibilité, sa position stratégique, ses paysages. C'est aussi une montagne vivante et accueillante toute l'année.



Base de loisirs du Malsaucy (Territoire de Belfort).



© Christophe Lerouge

Réunion du Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation : Faire montagne ensemble.

Mais le massif est confronté à des incertitudes et des défis. Le changement climatique, les nouvelles pratiques touristiques et l'évolution du contexte socio-économique nous imposent d'agir maintenant et d'enclencher une démarche active d'adaptation et de transition autour de deux piliers : réaffirmer la destination autour de nouvelles offres, co-construire des projets avec tous les acteurs publics et privés.

Quelles sont les pistes que vous privilégiez ?

Réinventer le tourisme est un exercice qui suscite des débats. Pour concilier les approches, il faut une démarche à la fois de conviction et d'expérimentation comme c'est le cas, par exemple, dans le cadre du schéma d'accueil de la Grande Crête. La stratégie touristique doit susciter l'adhésion du plus grand nombre par des mesures concrètes dont les effets sont perceptibles à très court terme. Il s'agit d'abord de valoriser nos signes distinctifs, à commencer par les savoir-faire locaux et le patrimoine. Nous devons aussi mettre en avant la marque Montagne buissonnière, que nous avons créée et qui doit encore gagner en visibilité. Nous avons un gros travail à mener avec les offices de tourisme qui sont des acteurs centraux.

Le défi est aussi de mieux répartir la fréquentation...

C'est un impératif, même si l'on ne parle pas ici de tourisme de masse. Notre mission est de communiquer au mieux selon les périodes, notamment sur les réseaux sociaux, pour répartir la fréquentation en l'orientant

vers différents sites et en encourageant la découverte de lieux moins connus. À Munster, par exemple, il ne s'agit pas seulement de diriger les visiteurs vers le Hohneck et la Schlucht. Il y a aussi les forêts, les espaces naturels, les hautes chaumes, la maison Albert Schweitzer qui sont des moteurs de visites. Pour autant, il n'est pas question de disperser les visiteurs en générant d'autres problèmes. C'est pourquoi une réflexion est engagée avec le Club Vosgien pour « débaliser » certains sentiers afin de mieux canaliser les flux. Et si l'augmentation de la fréquentation est recherchée pour des raisons économiques, l'espace disponible dans le massif permet d'assurer une fluidité des parcours tout en garantissant la préservation des espaces naturels. Autre objectif : valoriser la mobilité douce et les déplacements en transports en commun, notamment sur les sites

les plus exposés. Venir en train, en bus ou à vélo fait sens avec notre philosophie d'incarner un tourisme plus lent, où l'on prend le temps de découvrir nos montagnes. En cela, la navette des Crêtes est un bel exemple que nous devons mettre en avant. Enfin, il nous faut monter en qualité dans l'hébergement, en particulier dans les gîtes, et gagner en complémentarité dans les offres pour reconquérir des visiteurs. Ces différentes mesures peuvent avoir un impact immédiat et facilement identifiable. Nous devons donc poursuivre et amplifier le travail qui a déjà été engagé par les différents acteurs dans le sillage du comité de massif. En jouant collectif et nous montrant déterminés, nous ferons de la dynamique de transition du Massif des Vosges une stratégie gagnante pour le tourisme.

« En jouant collectif et en nous montrant volontaristes, nous ferons de la dynamique de transition du Massif des Vosges une stratégie gagnante pour le tourisme. »





PARTIE 1

UN CONTEXTE DE PROFONDES MUTATIONS

Face aux nouvelles donnes, une double exigence : s'adapter et se réinventer en intégrant la nécessaire déconcentration des flux

Les territoires de montagne, plus que les autres, sont à la croisée d'une triple évolution : climatique, économique et sociétale. Le territoire du massif des Vosges n'échappe pas à cette réalité. Les conséquences sont systémiques : tourisme et emploi, ressource en eau, biodiversité, pastoralisme, forêt. Pour y faire face, chaque territoire est amené à se transformer au plus tôt. Ainsi, le changement climatique bouleverse l'économie, l'environnement et la société montagnarde, très dépendante des ressources naturelles et de la météo. Sur chaque territoire de montagne, la transition doit s'appréhender de façon globale et

surtout, se construire sur mesure avec ses habitants. Fini le modèle unique. Plus encore, il n'y a pas de modèle ni de recette « miracle » toute faite. Chaque territoire doit inventer sa propre trajectoire de transformation avec ses forces et ses faiblesses.

Au changement climatique, il faut ajouter plusieurs phénomènes. L'effondrement de la biodiversité qui impose la prise en compte du respect de la nature par les activités.

De nouvelles attentes des clientèles vers d'autres formes de tourisme. Une révolution digitale en cours qui bouscule les pratiques touristiques. Des enjeux de macro-économie territoriale : le tourisme est certes un pan important de l'économie qui capte des revenus extérieurs au territoire, mais c'est une activité volatile qui ne peut que compléter une économie de proximité au service des professionnels.

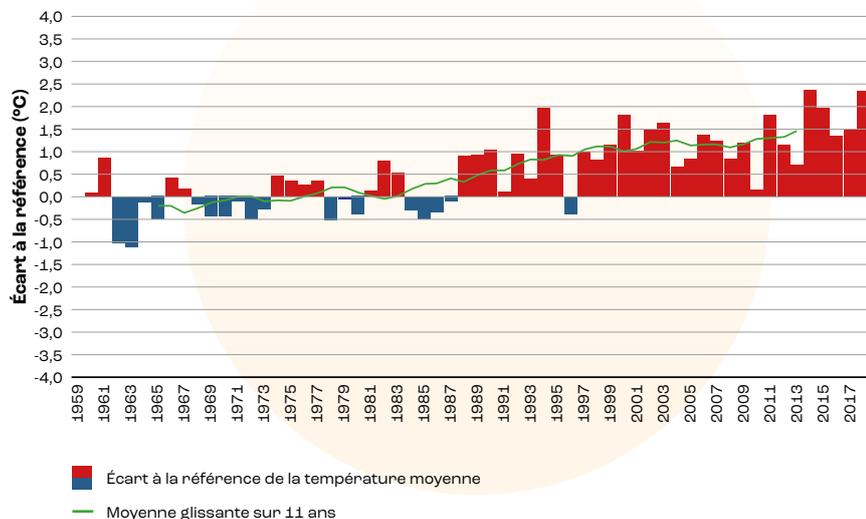
C'est essentiel pour une plus grande résilience du territoire face aux transitions et aux chocs à venir. Il est nécessaire d'aborder le changement de modèle comme une évolution, une transition douce pour progressivement reconstituer une économie plus intégrée où les facteurs écologiques, économiques et sociaux sont pris en considération dès la conception de l'activité. Dans un environnement de plus en plus incertain, la capacité de développer une vision résiliente à moyen et long terme prend d'autant plus de valeur et de sens. Partager un état des lieux des enjeux permet ainsi de mieux cibler les actions opérationnelles.



@Christophe Lenouge

En activité dans le Bois des Lutins de Bol d'Air Évasion à La Bresse.

Température moyenne annuelle :
écart à la référence 1961-1990 (Épinal)



Source : Météo France.

La France, qui vise à rester un grand pays touristique, cherche aussi à déconcentrer les flux en renforçant la multiplicité des sites proposés. Notre massif doit aussi s'inscrire dans cette logique. Au-delà des célèbres ballons, nos montagnes présentent à la fois un riche patrimoine historique lié aux deux guerres mondiales, un patrimoine géologique, un patrimoine thermal ainsi qu'une grande variété de milieux naturels comme les forêts, les lacs et les tourbières. La densité forestière est un atout et doit permettre au massif de rester cet îlot de fraîcheur que recherchent les touristes, notamment en été. Un atout cependant fragile qu'il faut préserver.

DES RESSOURCES SOUS PRESSION QUI MILITENT POUR UN TOURISME RESPONSABLE

Moins de neige en hiver, plus de chaleur et de sécheresse en été : l'évolution climatique met sous pression tout un écosystème, support de l'offre touristique, et fragilise un milieu sensible. Qu'il s'agisse de tensions sur l'alimentation en eau potable, de la fragilisation des forêts et de la biodiversité, des conflits d'usage autour de l'eau ou encore de la remise en cause du modèle économique des stations d'hiver, les impacts sont majeurs. Ils impliquent une transition globale pour protéger l'ensemble des ressources, dans un contexte d'augmentation des usages du Massif des Vosges depuis la crise sanitaire de 2020.

Des évolutions climatiques davantage ressenties depuis les années 1990 avec des phénomènes météorologiques engagés et qui vont perdurer :

- Une augmentation du nombre de vagues de chaleur et des températures ;
- Des cumuls de précipitations annuelles en hausse mais plus grande variabilité annuelle et interannuelle ;
- Des sols plus secs au printemps et en été ;
- Des événements extrêmes plus fréquents et durables (canicules et sécheresses plus longues, événements pluvieux plus intenses...).

Le changement climatique sur le massif des Vosges

Des impacts observés et ressentis depuis les années 1990

HIVER



- + 0,4°C par décennie, soit **+1,2°C depuis 1990**
Hausse des phénomènes d'inversion des T°C ;



- 6 jours d'enneigement en moins par décennie
16 jours d'enneigement > 1 mètre en moins par décennie
Diminution de la durée d'enneigement de 20% à 50% (basses altitudes)
Remontée de la limite pluie / neige d'environ 200 mètres depuis 1970 ;



- Augmentation des vents forts
Risques d'avalanche.

ÉTÉ



- +0,5°C par décennie, soit **+1,5°C depuis 1990**
- Canicules plus accentuées et prolongées (précoces et tardives) ;



- Sécheresse hydrologique pluriannuelle (impacts forêts, biodiversité et cours d'eau) ;



- Hausse de la T°C des lacs et baisse de la qualité de l'eau ;



- Orages et tempêtes plus fréquents et précoces ;
- Augmentation de la population des indésirables : tiques.

Source : Météo France.

Dans les territoires du Massif aux altitudes d'environ 900 m (750-1050 m), à l'horizon 2050 (2040-2060), les principales données climatiques évolueront par rapport à la période de référence 1991-2015 de la manière suivante :

- Augmentation de +1,1 à +2,0 °C des températures moyennes hivernales ;
- Augmentation des précipitations totales de +2 à +10 % ;
- Diminution des précipitations neigeuses de -17 à -34 % ;
- Baisse de 52 à 100 % du nombre de jours avec plus de 30 cm de neige au sol (les paysages hivernaux resteront blancs en partie mais avec insuffisamment de neige naturelle pour skier) ;
- Diminution de 22 à 45 % de l'eau hivernale stockée sous forme de neige (perturbation des cycles de l'eau dans les rivières, les sources et les nappes, avec des hautes eaux hivernales et des étiages plus précoces).

En dessous de 900 m d'altitude, les évolutions climatiques seront davantage marquées.

De manière plus imagée, ces évolutions correspondraient à une baisse globale d'altitude du massif des Vosges de 400 m en 25 ans, soit plus de 4 cm par jour. Dans les stations du Massif, les pieds de piste, généralement situés aux alentours de 800 m d'altitude, auront alors les conditions climatiques historiques des fonds de vallée situés à environ 400 m, comme Munster ou Remiremont. Le nombre de jours d'enneigement va diminuer et la saison connaîtra un début plus tardif et une fin plus précoce avec une plus forte variabilité inter-annuelle. Celle-ci permettra quand même des années bien enneigées mais il y aura davantage d'années très peu enneigées.



Étiage au Lac de Pierre Percée.

© Christophe Lerouge

L'eau, une ressource bien présente mais qui peut se raréfier fortement en été.

Parmi les 200 communes en situation de pénurie récurrente d'eau dans le Grand Est depuis 2019, 148 sont situées dans le massif des Vosges, soit 75 % des communes.

La ressource en eau connaît un affaiblissement progressif qui tend à se confirmer dans le temps: la recharge des nappes va diminuer de 2 % à 4 % d'ici 2060.

Source : BRGM.

L'aggravation des risques naturels liés à l'augmentation des phénomènes météorologiques extrêmes prend des formes multiples : une augmentation des risques d'inondation, de glissements de terrain et d'éboulements générés par des sols plus souvent dégelés, des forêts en mauvais état sanitaire, des zones humides dégradées et des précipitations plus intenses, un accroissement du risque incendie induit par des pics de chaleur, des sécheresses plus intenses et des forêts en déclin.

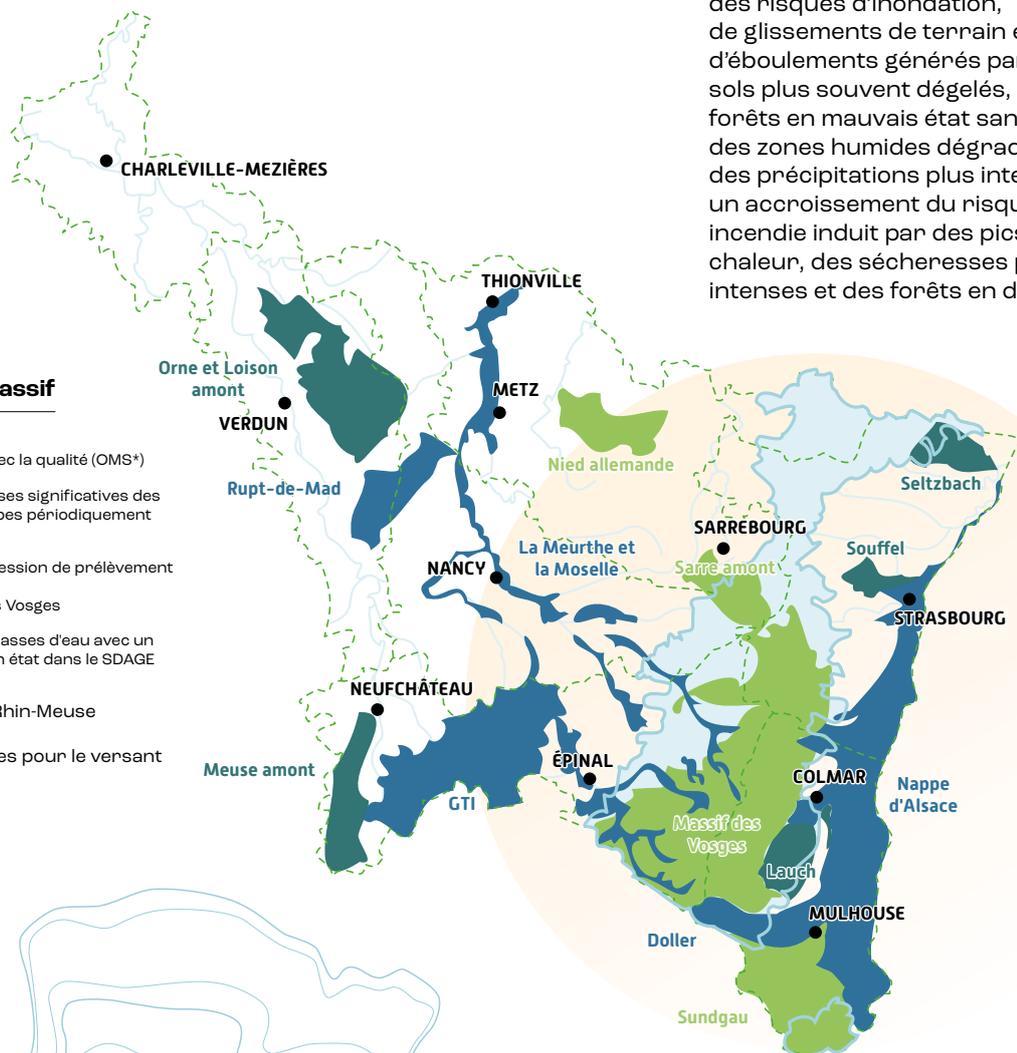
L'état des nappes environnantes du Massif

- Zones fragiles en lien avec la qualité (OMS*)
- Zones fragiles avec baisses significatives des débits ou niveau de nappes périodiquement très bas
- Zones avec une forte pression de prélèvement
- Périmètre du Massif des Vosges

* OMS : bassins versants de masses d'eau avec un objectif moins strict que le bon état dans le SDAGE 2022-2027

Source : Agence de l'eau Rhin-Meuse

Ne contient pas de données pour le versant franc-comtois.



Les grands impacts du changement climatique sur le massif

ENNEIGEMENT



- L'activité touristique d'hiver est très sensible à l'enneigement.
- On constate une baisse de l'enneigement depuis les années 1990 sur le massif avec une très grande variabilité annuelle, surtout en dessous de 1 100 m.
- La diminution de l'enneigement va se poursuivre avec une perte moyenne de 15 jours de gel d'ici 2030. Les conditions d'enneigement des stations sont et resteront très dépendantes des conditions micro-locales : exposition au vent et au soleil.

ALIMENTATION EN EAU POTABLE



- Le massif des Vosges, bien que présentant de nombreuses sources et cours d'eau et bénéficiant d'une forte pluviométrie, devient vulnérable aux périodes de sécheresse.
- En 2018-2019, 1/3 des collectivités en tension extrême sur le bassin versant pendant la sécheresse se situaient dans le périmètre du massif.
- Les sécheresses et les canicules seront plus importantes dans le futur, questionnant les tensions entre usages (individuels, tourisme, industrie, agriculture...).

FORÊT



- Les forêts du massif connaissent d'ores et déjà un dépérissement significatif dû à différents phénomènes : l'acidification des sols, le manque d'eau, les chaleurs excessives des épisodes de canicules, les périodes de sécheresse passés, le développement du scolyte, l'intensification de la filière biomasse et des pratiques forestières.
- L'augmentation de la fréquence et de la durée des canicules et des périodes de sécheresse continuera à fragiliser la forêt dans le futur, la rendant sensible au problème de surfréquentation.

MILIEUX NATURELS ET BIODIVERSITÉ



- Le massif présente une mosaïque de milieux riches et diversifiés : zones humides prioritaires, tourbières, réserves naturelles, prairies, grands lacs, essentiels à la résilience du massif.
- Les impacts climatiques déjà ressentis ainsi que les pressions anthropiques (parmi lesquels la fréquentation touristique) les fragilisent.
- L'augmentation des canicules et des sécheresses va augmenter la fragilité de ces milieux et leurs besoins de protection.

Source : Étude SCET- Réflexion sur l'évolution du modèle des stations face au changement climatique – 2021.

FAIRE ÉVOLUER ET ADAPTER LE TOURISME HIVERNAL SANS LE FAIRE DISPARAITRE EST UN ENJEU CLEF DU MASSIF

La promotion d'un tourisme toutes saisons est une réponse à la pression hivernale. Celui-ci est générateur de retombées économiques pour tout le territoire mais aussi d'emplois maintenus ou créés. Le modèle s'appuie sur une économie de proximité basée sur la production de biens et de services pour les habitants du territoire et les visiteurs. Il favorise les circuits courts dans une logique de développement durable.

Le tourisme, une économie majeure mais fragile au cœur des réflexions

Le tourisme occupe une part importante de l'économie du massif des Vosges avec près de 10 000 emplois et 280 millions d'euros de retombées économiques dégagées par les activités touristiques, soit davantage que la richesse générée par l'industrie textile ou l'industrie

papetière. Le changement climatique et celui des pratiques touristiques impactent et impacteront le modèle touristique de la destination. La difficulté reste qu'aucun scénario n'apporte de réponses claires et précises, une multiplicité de facteurs entrant en jeu. La certitude est celle d'un réchauffement à terme impactant hiver comme été. L'anticipation et l'adaptation, et en d'autres termes l'intérêt à agir sur ces deux plans, soutiennent la nécessité d'une transition.

Les fragilités

- Une fragilité du modèle économique hivernal. Si la mise en place d'un tourisme toutes saisons devient une réalité, son modèle économique reste à inventer pour que le tourisme continue à contribuer au développement d'un tourisme durable dans le massif des Vosges.
- Un écosystème touristique globalement en décalage par rapport aux attentes clientèles : accueil parfois inadapté (horaires, langues, réponses), offre de mobilité durable

insatisfaisante, et hébergement insuffisamment qualitatif.

- Une fragilité des écosystèmes et des paysages de montagne, « supports » des activités touristiques, confrontés à des pressions croissantes (fréquentation et crise écologique).

Les données cadres d'un nouveau modèle à trouver

Il serait difficile de trouver une activité miracle pour compenser la diminution du ski. Cependant, il faut tenter de lisser les flux sur l'année et rendre le modèle économique moins dépendant de l'activité hivernale.

« L'enjeu est de poser les fondements d'un nouvel équilibre saisonnier et d'un nouveau modèle économique. »

**Une montagne
au cœur d'un marché
de 18 millions d'habitants
dans un rayon de 4 heures**
permettant d'attirer
des visiteurs régionaux
et internationaux

280
millions d'euros
de retombées
économiques

9 900
emplois salariés

27
millions
d'excursionnistes

17
millions de nuitées
touristiques

45
établissements
éco-labellisés

35
offices de tourisme
et 38 points
d'informations
touristiques

43
stations vertes
de vacances (10 %
des labellisées de
France)

10
territoires
« Massif des Vosges
en famille »

2
communes
labellisées Famille
Plus (La Bresse et
Génardmer)

© Max Coquard



Lever de soleil depuis les Crêtes.

**NOUVELLES ATTENTES,
NOUVELLES PRATIQUES,
NOUVELLES VALEURS
DES VISITEURS : VERS
UNE VALORISATION DE LA
DIVERSITÉ DES PATRIMOINES
POUR MIEUX RÉPARTIR
LES FLUX**

**Au plus près de la nature, loin
des écrans**

Les visiteurs sont à la recherche d'expériences authentiques permettant la découverte du patrimoine et de la culture de leur destination. Ils souhaitent une montagne plus nature et plurielle, en hiver comme en été. La multi-saisonnalité est renforcée. Alors que le monde s'interconnecte toujours plus avec Internet et les réseaux sociaux, l'envie de revenir à l'essentiel s'intensifie. S'extraire momentanément d'une société hyper-connectée et du quotidien pour se reconnecter au monde

environnant et à la nature, c'est ce que recherchent de plus en plus de visiteurs.

Montagne refuge

Pour les visiteurs, la montagne incarne des lieux préservés où on peut prendre son temps et respirer. Elle est aussi synonyme de terroir, de savoir-faire et de gastronomie.

Les micro-aventures

S'offrir une expérience dépaysante et sportive à deux pas de chez soi. De plus en plus de voyageurs plébiscitent l'expérience plutôt que la destination. Pas besoin d'être Mike Horn et de partir à l'autre bout du monde pour vivre une échappée qui fasse sortir de sa zone de confort. Leur succès repose sur l'aspect écologique, le besoin de s'affranchir du tourisme de masse ainsi que le désir de remettre du sens dans ses voyages.

Tendance durable

Les visiteurs considèrent le développement durable comme un critère de choix de la destination.

Ils ont pris conscience du défi écologique et de l'importance du tourisme responsable. Les labels et voyages respectueux de l'environnement se développent pour une plus grande accessibilité et un respect plus important de la nature.

À la recherche du bien-être, à rebours de l'hyper-connexion

Le contexte pandémique a favorisé la volonté de mieux prendre soin de soi, de se détendre, de s'accorder une parenthèse, réveillant l'envie de se rapprocher de la nature et de s'échapper. Ainsi les activités de pleine nature sont de plus en plus plébiscitées : randonnée en altitude, promenade à la campagne, méditation, cure de détox en forêt.

En réduisant le coût du logement, les voyageurs français souhaitent profiter d'activités enrichissantes.

Les produits autour du bien-être seront à développer de plus en plus.

Une digitalisation croissante

Le digital s'inscrit de plus en plus dans les pratiques des parcours et des process. Tourisme et support numérique sont étroitement liés. Revers de la médaille : l'omniprésence sur les réseaux sociaux et la diffusion de spots « instagramables » entraînent des phénomènes de fréquentation incontrôlés : sites remarquables pris d'assaut, pénétration dans les espaces protégés, augmentation des secours aux personnes.

Nouvelles frontières, nouvelles pratiques

Slowtourisme, workation*, bleisure**, télétravail, nomadisme sont autant de nouvelles pratiques qui vont changer le rapport au

temps, aux loisirs, aux séjours et aux mobilités.

Des opportunités mais aussi des exigences

Accueil et mobilité, services et activités, complémentarité des offres : dans tous ces domaines, le massif des Vosges doit monter en puissance pour répondre aux exigences de la clientèle. Les acteurs doivent aussi intégrer la multiplicité des cibles à faire cohabiter dans un même environnement : clientèle locale et touristes, sportifs et contemplatifs.

* Workation est le fait de travailler pendant ses congés.

** Bleisure est la pratique par laquelle un individu profite d'un voyage ou déplacement d'affaires pour effectuer des visites ou des activités relevant de ses loisirs personnels.



© Christophe Lerouge

Hébergement insolite et écologique dans la vallée de la Bruche.

Les plans nationaux, accélérateurs de transformation

LE PLAN D'ADAPTATION AU CHANGEMENT CLIMATIQUE (PACC) : L'URGENCE D'UNE PENSÉE D'ENSEMBLE

Le 6^e rapport du GIEC, publié en mars 2023, nous rappelle l'urgence d'agir : les impacts du changement climatique vont s'accroître et sans action politique ambitieuse et rapide, nos territoires seront de plus en plus vulnérables. Il rappelle également qu'il est indispensable de travailler autrement et de manière plus intégrée.

C'est précisément l'objectif du plan d'adaptation au changement climatique des Régions Grand Est et Bourgogne-Franche-Comté qui les place dans une trajectoire vertueuse et durable. Il implique notamment

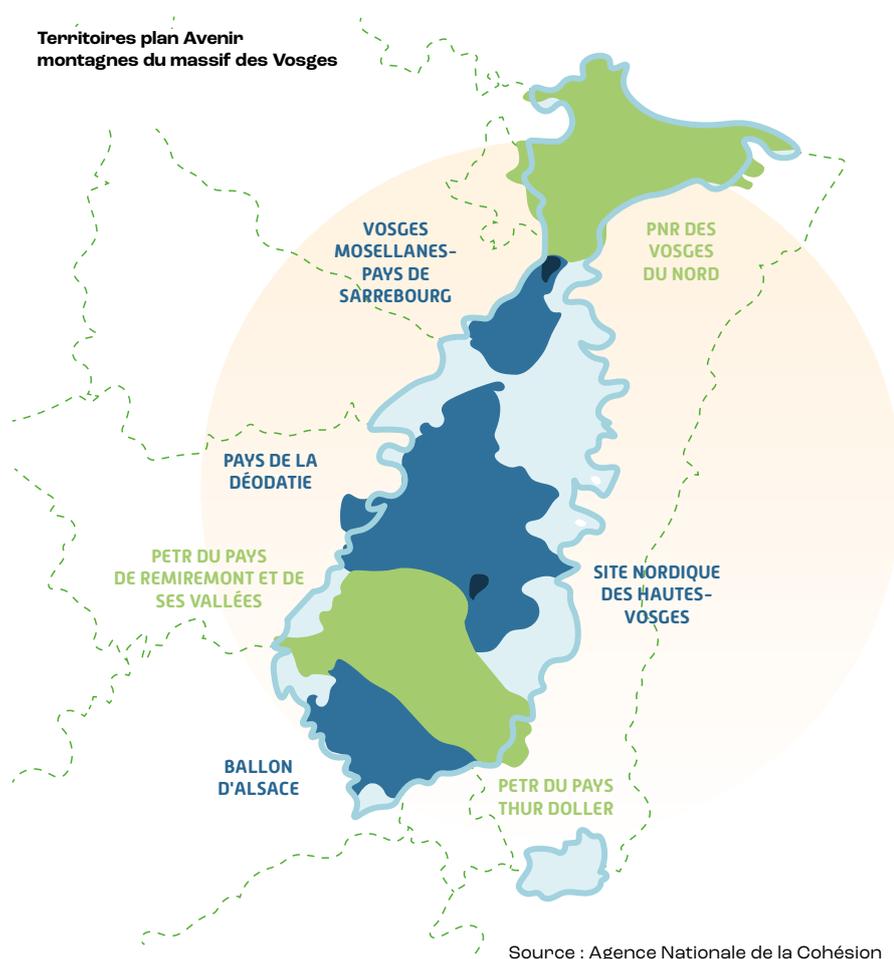
un changement de cap pour le tourisme et pointe en particulier la nécessaire harmonisation entre le développement des offres quatre saisons et la protection des ressources. La redistribution des flux touristiques depuis la crise sanitaire entraîne, en effet, d'autres problématiques : dérangement de la faune et dégradation de la flore, altération des sols, augmentation des consommations d'eau en période de tension, baisse de la qualité de l'eau (baignades dans les lacs), artificialisation des sols liée à la construction d'hébergements ou la création d'activités de loisirs. Dans la continuité des plans régionaux, à signaler **l'engagement des travaux du PACC à l'échelle du massif des Vosges, à l'initiative du Commissariat de Massif.**

UNE STRATÉGIE TOURISTIQUE NATIONALE POUR GÉRER LES FLUX DE VISITEURS

Pour faire face aux pics de fréquentation qui touchent certains territoires français, le gouvernement a lancé en juin 2023 une stratégie nationale ayant pour objectif de préserver l'équilibre entre l'attractivité locale, la protection des lieux et leur biodiversité. Cette stratégie a pour ambition de concilier la croissance du tissu économique local avec le développement durable et la préservation des sites touristiques.

Elle est articulée autour de quatre axes :

- Diffuser une compréhension commune de la gestion des flux touristiques ;
- Sensibiliser les acteurs et les usagers en matière de gestion des flux touristiques ;
- Mesurer les flux touristiques et leurs impacts pour mieux les canaliser ;
- Accompagner les territoires dans la gestion des flux.



LE PLAN AVENIR MONTAGNES : LES FONDATIONS D'UN NOUVEAU MODÈLE TOURISTIQUE

Entre valeur et fragilité des montagnes françaises, le plan Avenir Montagnes marque les fondations d'un nouveau modèle touristique plus diversifié, plus durable qui, à la fois, améliore la qualité de vie des habitants et garantit l'expérience d'un séjour réussi pour les visiteurs toute l'année. Il se décline autour de trois priorités : favoriser la diversification de l'offre touristique et la conquête de nouvelles clientèles, accélérer la transition écologique des activités touristiques de montagne, dynamiser l'immobilier de loisirs. Le fonds Avenir Montagnes comprend deux volets mis en place sur le terrain par les Commissariats de Massifs : un volet investissement soutenu par l'État et les Régions, un volet ingénierie adapté aux enjeux des territoires de montagne. Ce dernier volet a donné lieu à la mise en place de 7 territoires Plan Avenir Montagnes sur le périmètre de la destination Massif des Vosges (voir carte ci-contre). Un premier bilan de cette stratégie met en évidence le nécessaire besoin de temps et d'ingénierie pour répondre à la diversification touristique attendue pour les territoires de montagne.

À terme, l'enjeu est de faire découvrir des sites méconnus du patrimoine culturel français et d'inciter les touristes à découvrir des lieux plus confidentiels mais tout aussi intéressants.

Et maintenant ? Le tourisme responsable comme fil conducteur des actions opérationnelles

Le Massif des Vosges a pour ambition de développer un tourisme responsable qui - au-delà de limiter ses impacts négatifs sur l'environnement et le territoire visité - contribue directement à la restauration de la biodiversité, au développement économique, social et culturel du territoire ainsi qu'à la qualité de vie des populations hôtes.

La transition touristique doit participer à la création d'un tourisme bénéfique pour les territoires à trois niveaux :

- **Économique**
Retombées locales directes et indirectes pour tous les professionnels, maintien et création d'emplois pérennes.
- **Environnemental**
Contribution à la préservation et la valorisation des patrimoines naturels et culturels, réduction des impacts et des émissions de gaz à effet de serre.
- **Social**
Respect du cadre de vie, création de liens porteurs de sens pour les visiteurs comme pour les populations locales, valorisation des savoir-faire d'un territoire. Et surtout capacité à accompagner les salariés dont les emplois évolueraient à l'occasion de la transition touristique.

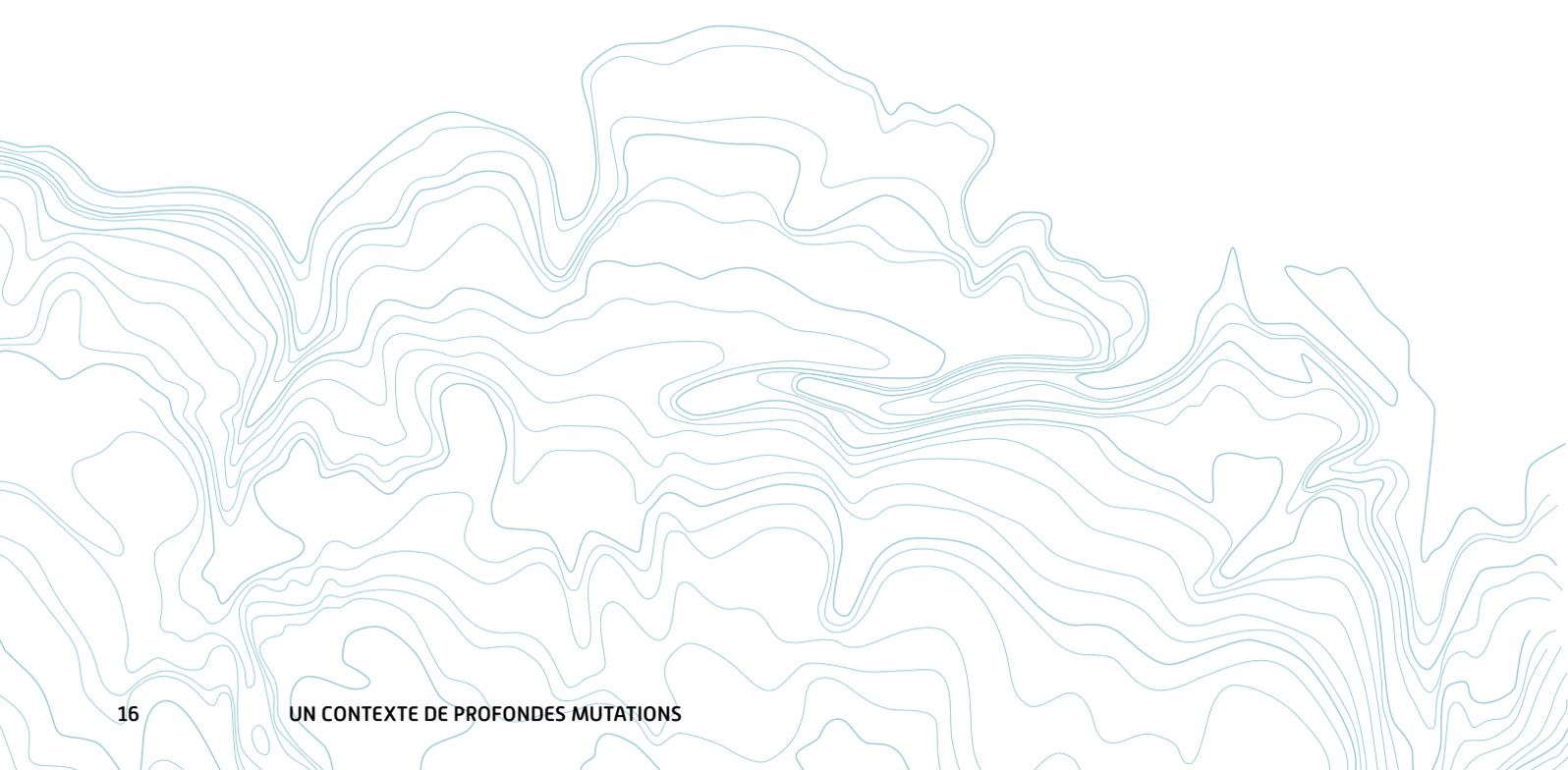
FRANCE NATION VERTE

Un plan d'action pour accélérer la transition écologique. Dans un contexte d'urgences climatiques, météorologiques et environnementales, la France s'est dotée d'une planification visant à accélérer la transition écologique. Après une année de travaux, qui aura mobilisé l'ensemble des ministères, les filières économiques, les représentants des collectivités locales, think tanks et associations environnementales, la France se dote d'un plan pour relever les 5 défis environnementaux :

1. **L'atténuation du réchauffement climatique ;**
2. **L'adaptation aux conséquences inévitables du réchauffement ;**
3. **La préservation et la restauration de la biodiversité ;**
4. **La préservation des ressources ;**
5. **La réduction des pollutions qui impactent la santé.**



Chapelle Notre-Dame du Haut.



PARTIE **2**

LES ATOUS D'UNE DESTINATION
BLEUE, BLANCHE, VERTE POUR
RÉPONDRE À CES MUTATIONS

Lac du Forlet.

Des atouts pour offrir une expérience diversifiée

Une situation stratégique au cœur d'un marché de 18 millions d'habitants, une montagne préservée, habitée et vivante toute l'année, une marque porteuse d'identité : le massif des Vosges ne manque pas d'atouts pour répondre aux enjeux et aux attentes des visiteurs de demain.

Un territoire facilement accessible
2 lignes TGV, Est et Rhin-Rhône desservent - les grandes agglomérations autour du massif et le placent à 3 heures de la gare Paris-Est.

Un massif habité toute l'année,
maillé de nombreux villages et petites villes proposant des services à la population et des activités économiques fondées sur les ressources du territoire.

Une richesse de patrimoines et de savoir-faire
Héritage d'un passé industriel important et de son histoire, le massif des Vosges a su préserver et valoriser de nombreux patrimoines artisanaux, architecturaux, historiques et immatériels ainsi que de nombreux savoir-faire. A souligner également la richesse et la diversité du patrimoine historique lié aux dernières guerres mondiales et à la guerre de 1870 ; l'histoire

franco-allemande du territoire est une spécificité unique du patrimoine national.

Une biodiversité remarquable
Point de rencontre de trois grandes zones géographiques, climatiques et biologiques, le massif des Vosges est riche d'une précieuse biodiversité avec des milieux naturels variés : forêts, hautes chaumes, tourbières, cirques glaciaires, falaises rocheuses, lacs et rivières, vergers ou encore pelouses calcaires.

Le massif des Vosges est le plus petit massif montagneux de France et également le plus densément peuplé.

Il séduit par ses ressources naturelles, paysagères, culturelles, historiques et gastronomiques depuis l'installation des peuples celtes jusqu'à l'industrialisation des vallées et le développement des stations de sport d'hiver dès le début du XX^e siècle, et confirme aujourd'hui cette dynamique en tant que montagne de proximité.

Des atouts pour miser sur un tourisme responsable

Une montagne préservée, riche de ses milieux où l'eau et les forêts occupent une place majeure. Elle abrite notamment de nombreux sites naturels d'intérêt patrimonial, dont deux réserves mondiales de la Biosphère. Deux Parcs naturels régionaux, couvrant plus de 50 % de la surface totale du massif, participent au développement du territoire dans le respect de l'environnement.



© Nicolas Gascand - BFC Tourisme

Le massif des Vosges, c'est leur vie !

Le territoire est riche de ses habitants, de ses cultures et de son patrimoine historique. Paroles de montagnards !



© Serge SIFFERLEN

Serge Sifferlen, Président de l'Association des fermes-auberges du Haut-Rhin

« NOS MONTAGNES ONT UNE DIMENSION PROFONDÉMENT HUMAINE »

« Les paysages façonnés par le marcaire et les troupeaux, nous y sommes très attachés en tant que fermiers-aubergistes. Et, il nous tient à cœur de perpétuer ces traditions. Les fermes-auberges sont des lieux de rencontre. Nous aimons y accueillir les visiteurs, leur faire découvrir nos produits et leur montrer comment ils sont fabriqués. Le massif des Vosges a une dimension profondément humaine. Nous sommes véritablement dans l'accueil et le partage. »



© Benoit Facchi

Munster fermier.



© Joël VIRY

Joël Viry, Habitant du massif des Vosges

« 18 000 KILOMÈTRES DE SENTIERS BALISÉS : C'EST UNIQUE ! »

« J'ai la chance de pouvoir profiter chaque jour d'une richesse exceptionnelle : des milliers de kilomètres de sentiers balisés et facilement accessibles. Et à chaque sommet, le panorama est incroyable. Vivre le Massif des Vosges, c'est pouvoir le parcourir à son rythme, selon son envie et presque sans effort. »



© BFC Tourisme

Plateau des 1 000 étangs.

TÉMOIGNAGES



© Quentin COGITORE

Quentin Cogitore, Créateur du blog
« Vosges qui peut »

« SENSIBILISER À LA PROTECTION DE MILIEUX DE PLUS EN PLUS FRAGILES EST POUR MOI LE PREMIER ENJEU »

« Le massif des Vosges se découvre au fil des sentiers qui nous plongent au cœur des forêts. Mais la beauté de nos montagnes révèle aussi leur fragilité.

Sensibiliser à la protection de zones de plus en plus fragiles, en particulier des réserves naturelles et des chaumes, est pour moi le premier enjeu. »



Éduquer à la montagne avec les animaux.



© MCD-DSG

Lac et tourbière de Lispach (Vosges).



© MC DSC



© Pierre MENGIN

Pierre Mengin, Accompagnateur en montagne

« SORTIR DU CADRE POUR S'OFFRIR LES PLUS BEAUX PANORAMAS »

« En raquette, à pied ou en VTT, le massif des Vosges offre une mosaïque de paysages. Chaque randonnée est l'occasion d'une pause sur les bords d'un lac, d'une échappée en forêt, d'un point de vue sur les hautes chaumes, d'une découverte au détour d'une tourbière. Être accompagnateur de montagne, c'est aussi sortir du cadre pour transmettre ce patrimoine unique du massif des Vosges. »



© Michel Laurent

Musée du Bois de Saulxures-sur-Moselotte.

LE MASSIF DES VOSGES EN VERSION PANORAMIQUE DE LA FRONTIÈRE ALLEMANDE AUX PORTES DE BELFORT

2 régions

Grand Est et Bourgogne-Franche-Comté

6

structures départementales

Collectivité Européenne d'Alsace (CEA), Conseils départementaux de Moselle, des Vosges, du Territoire de Belfort, de Meurthe-et-Moselle et de Haute-Saône

200

kilomètres de distance du Nord au Sud et jusqu'à 60 km d'Est en Ouest

Point culminant au Grand Ballon :

1 424
mètres

600 000

habitants
(81 habitants au km²)

580

communes

41

Communautés de communes

4

Communautés d'agglomération

13

Pôles territoriaux et Pays

7 357 km² de surface

14

sommets de plus de 1 000 mètres

2

Parcs naturels régionaux





MILIEUX NATURELS

2 Parcs naturels régionaux : Vosges du Nord et Ballons des Vosges

12 réserves naturelles (6 régionales et 6 nationales), soit 6 000 hectares

440 000 ha de forêts (60 % de la superficie de la destination), 3/4 de forêts publiques

26 387 ha de zone Natura 2000 (Zone de Protection Spéciale), 4 % de la superficie de la destination

496 sites naturels, dont de nombreux sont classés parmi lesquels le rocher de Dabo, le lac de Longemer, les cascades de Tendon, les abords du château du Haut Koenigsbourg, la vallée de la Vologne et d'autres rochers, cascades et ruines de châteaux.

6 jardins remarquables, dont Le jardin du Haut Chitelet, 1 des 2 seuls jardins d'altitude de France



PATRIMOINES ET SAVOIR-FAIRE

394 sites de patrimoines culturels

174 sites artisanaux

119 sites de visites d'entreprise dont la **Confiserie des Hautes-Vosges**, 1^{ère} entreprise agro-alimentaire la plus visitée de France et 3^{ème} entreprise la plus visitée de France avec 300 000 visiteurs

La **Confiserie Bressaude**, 2^{ème} entreprise agro-alimentaire la plus visitée de France, avec 186 000 visiteurs

80 châteaux forts

9 Routes et itinéraires d'intérêt et de découvertes patrimoniales

Plus d'une trentaine de produits du terroir labellisés

13 sites de mémoire

52 fermes-auberges

BIEN-ÊTRE ET RESSOURCEMENT



2 stations thermales

106 partenaires FORÊT l'effet Vosges (marque déposée)

117 hébergements insolites

De nombreux sites naturels inscrits, dont la plupart des crêtes et sommets des Hautes-Vosges



1 Grand site de France

en projet sur le massif du Ballon d'Alsace et de Rouge-Gazon



ACTIVITÉS ET SPORTS DE PLEINE NATURE

700 km de pistes de ski de fond damées

4 bases de loisirs

7 itinéraires de Grande Randonnée (GR®)

20 domaines skiables alpins

7 parcs animaliers

2 itinéraires de Grande Randonnée européens (GR5® et GR7®) dont un labellisé Label Quality Trail (LQT) - Best of Europe (Seul en France)

16 domaines nordiques

3 bikes park

Plus de **1 000** km d'itinéraires VTT dont la Traversée du massif des Vosges

2 parcs d'attraction

40 aires d'envol de parapente et deltaplane

9 parcs aventure et accrobranches

18 000 km d'itinéraires pédestres balisés (Unique en France)

De nombreux sites de pratiques de sports et activités de nature : escalade, équitation, vol libre, cyclotourisme, sports d'eau et baignade en milieu naturel.

INSCRIPTIONS UNESCO

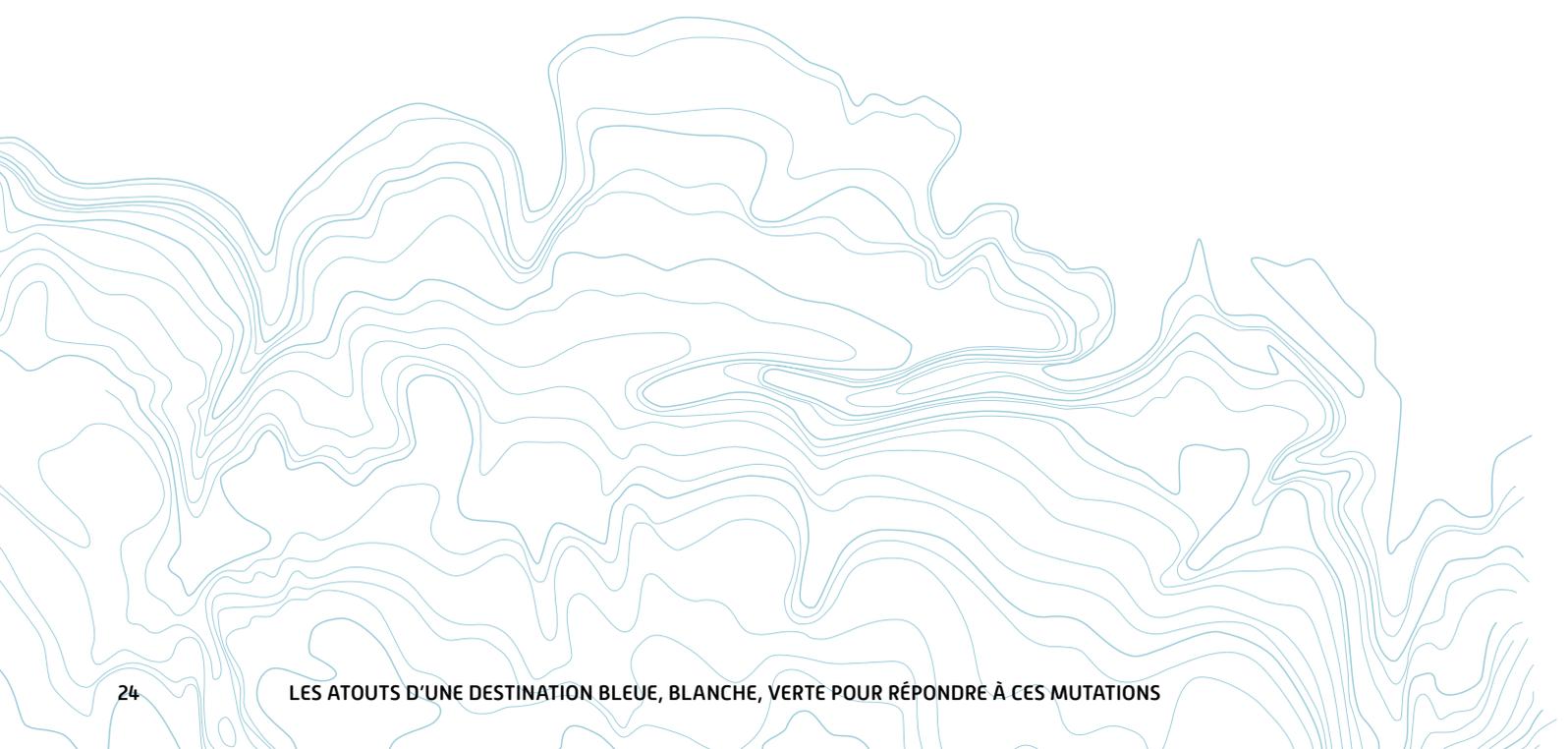
2 monuments : Usine Claude-et-Duval de Saint-Dié et la Chapelle Notre-Dame du Haut de Ronchamp

3 sites naturels classés, dont deux réserves mondiales de la Biosphère : Vosges du Nord et Moselle Sud - et la hêtraie du Grand Ventron

Patrimoine immatériel

La transhumance
Les gestes verriers

Demande de classement en cours : Plateau des 1 000 étangs en Haute-Saône



PARTIE 3

**MONTAGNE BUISSONNIÈRE,
UNE MARQUE À HAUT POTENTIEL
D'ATTRACTIVITÉ QUI PRIVILÈGIE
UN TOURISME DE QUALITÉ**



MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE BUISSONNIÈRE

Un positionnement singulier et différenciant

Le Massif des Vosges s'appuie sur une marque de territoire qui est un signe distinctif porteur d'une identité centrée sur les atouts de celui-ci. Une signature pour parler d'une seule voix, porter collectivement une ambition, accroître la visibilité du territoire et renforcer la fierté d'appartenance au Massif des Vosges.



© BFC Tourisme

Contemplation au bord d'un lac.

Fédératrice et mobilisatrice, la marque « Massif des Vosges, Montagne buissonnière » évoque ainsi **une destination authentique où l'on profite de tous les plaisirs simples**. À rebours du tourisme de masse et des offres formatées, le Massif des Vosges invite à un tourisme familial, de proximité, pour tous et pour tous les budgets, privilégiant la qualité à la quantité. La « Montagne buissonnière » illustre la stratégie touristique du Massif des Vosges qui encourage « le pas de côté », les chemins de traverse. Elle met l'accent sur le slow tourisme, les activités durables et responsables, proches de la nature ainsi que

la qualité de l'expérience client autour de la reconnexion et de l'éducation à la nature, du bien-être, des itinérances ou encore du patrimoine avec l'agrotourisme, le tourisme de mémoire et le tourisme de savoir-faire, des filières en plein essor. À travers la marque « Montagne buissonnière », le Massif des Vosges ajuste ses cibles : la famille, les urbains de proximité, les seniors et les scolaires. Il vise principalement quatre régions : Les Hauts-de-France, l'Île-de-France, le Grand Est et la Bourgogne Franche-Comté. Les marchés prioritaires à l'international sont l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas.



© ADT - Quentin Gaehon

Plaisir de la glisse en famille.



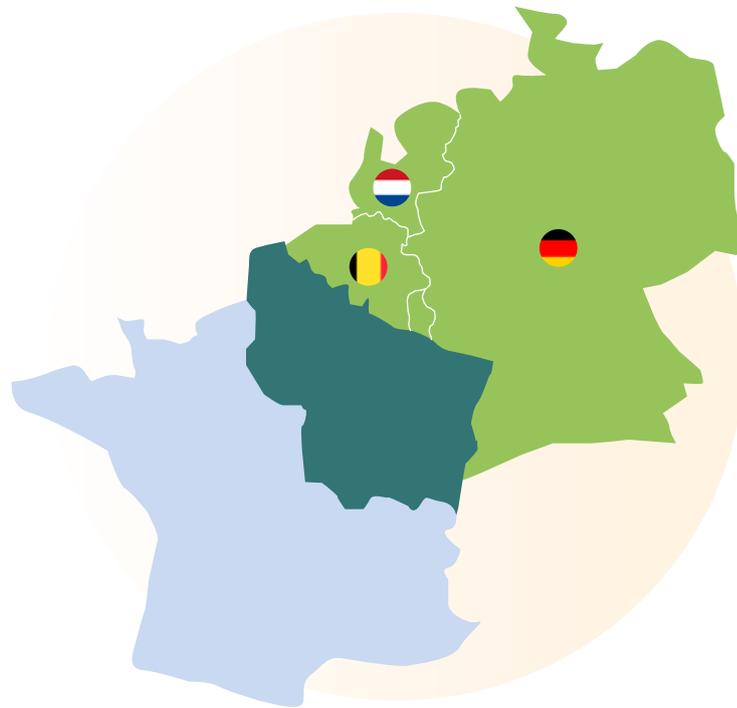
© Office de Tourisme de la Vallée de la Bruuche.

Découverte à la ferme.

LES MARCHÉS PRIORITAIRES À FIDÉLISER

Les pays étrangers limitrophes : Belgique, Pays-Bas et Allemagne.

La France : Grand Est, Île-de-France, Hauts-de-France et Bourgogne Franche-Comté.



LES CLIENTÈLES CIBLES DU MASSIF DES VOSGES



Les familles



Les séniors



Les jeunes



Les urbains de proximité

3 UNIVERS THÉMATIQUES PRIORITAIRES COMME SOURCES D'INSPIRATION



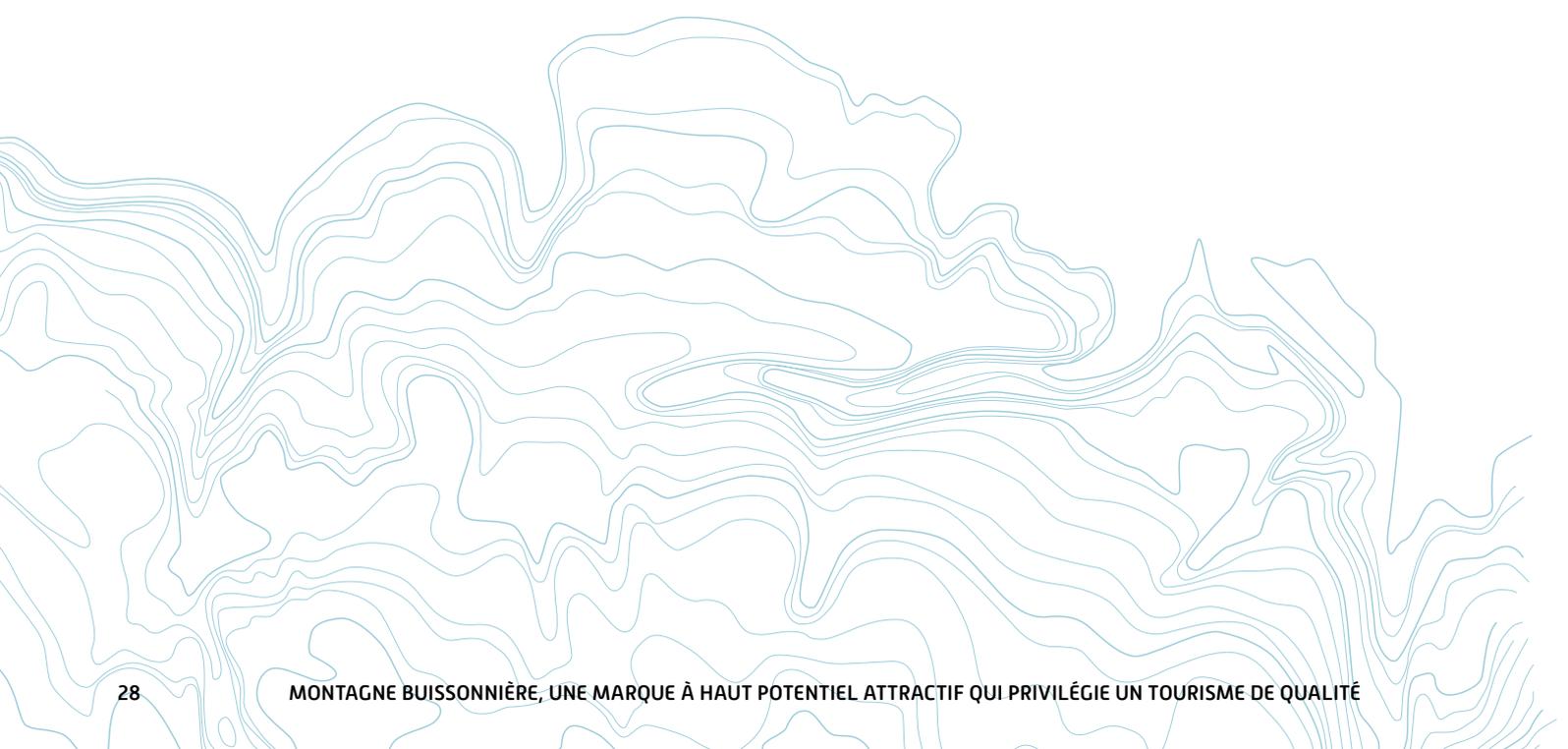
Slow tourisme, bien-être, reconnexion et éducation à la nature



Activités de pleine nature et itinérances toutes saisons



Patrimoines et savoir-faire locaux, agrotourisme, tourisme mémoriel, tourisme industriel



PARTIE 4

RÉUSSIR LA TRANSFORMATION :
QUEL TOURISME DANS LE MASSIF
DES VOSGES EN 2030 ?



La transition touristique du Massif des Vosges appelle la mise en œuvre d'une stratégie à cinq ans articulée autour de **trois priorités complémentaires**. Le choix d'une destination repose, en effet, autant sur la qualité de l'offre que sur sa capacité à faire rêver et à entrer en résonance avec des valeurs et des aspirations. Plus que jamais aussi, le modèle partenarial du Massif des Vosges et le « faire ensemble » prennent tout leur sens et seront des atouts décisifs pour réussir la transformation.



Réunion d'un groupe projet.

© Christophe LEFROUGE

8 grands enjeux ont été retenus

MAÎTRISER LES IMPACTS SUR LA NATURE ET FAVORISER LES PRATIQUES VERTUEUSES

- ❶ Promouvoir et développer un tourisme respectueux de l'environnement, des ressources et de la biodiversité ;
- ❷ Favoriser un tourisme respectueux de la préservation de la ressource en eau ;
- ❸ Développer un tourisme qui éduque et sensibilise à la montagne et à sa biodiversité ;
- ❹ Faire de chaque séjour dans le massif des Vosges un temps de sensibilisation écologique en s'appuyant sur un tourisme pédagogique.

ŒUVRER ENSEMBLE POUR UNE DESTINATION COMMUNE

- ❺ Valoriser des offres touristiques favorisant la régulation des flux, les mobilités douces et l'éco-responsabilité ;
- ❻ Mettre en place une gestion intégrée de la fréquentation contribuant à protéger les sites, à encourager une découverte apaisée et à renforcer l'acceptabilité du tourisme en associant les habitants.

ENRICHIR L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE EN LA DIVERSIFIANT TOUTE L'ANNÉE SUR L'ENSEMBLE DU MASSIF, DANS LE TEMPS ET DANS L'ESPACE

- ❼ Accompagner la transition touristique vers un tourisme toute l'année et équitablement réparti sur l'ensemble du territoire ;
- ❽ Soutenir le modèle d'une montagne à vivre - plus qu'à visiter - en encourageant l'accueil de tous les publics dans une logique de bienveillance et d'hospitalité.



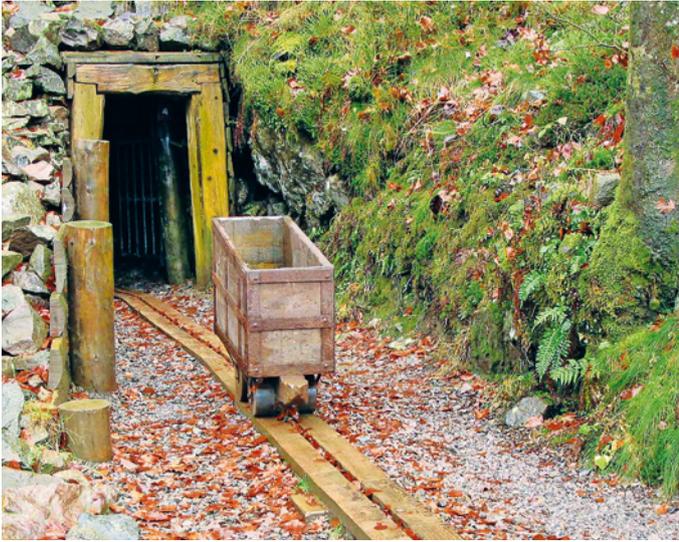
Apprendre à connaître la montagne.

© MC



Bain de forêt.

© Accalmia



© LM

Hautes-Mynes du Thillot.



© Christophe Lenouge

Voler en parapente sur les hauteurs de Saint-Dié-des-Vosges.



© Lauline Praumand

La collection Baccarat.



© Moselle Tourisme J.C KANNY

Plan incliné de Saint-Louis-Anzwiller.

3 axes stratégiques

Dans la continuité des actions déjà engagées et autour de trois priorités complémentaires, le massif des Vosges poursuit et amplifie la transformation de son économie touristique vers des modèles plus compétitifs, durables, qualitatifs et inclusifs.

Le principe d'un tourisme responsable est retenu comme fil conducteur de l'ensemble des chantiers, ainsi qu'une stratégie de marketing et de communication en réponse à l'ensemble des enjeux et des chantiers.



Hébergement Logis de France.

© Logis de France



Fort du Simsershof.

© Moselle Tourisme J-C KANNY

1 DIVERSIFIER ET ENRICHIR L'IMAGE DU MASSIF EN FAISANT ÉVOLUER L'OFFRE

2 PRIVILÉGIER UN TOURISME RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT, DES RESSOURCES ET DE LA BIODIVERSITÉ

3 MIEUX FAIRE ENSEMBLE AVEC LA MARQUE DE DESTINATION

1 DIVERSIFIER ET ENRICHIR L'IMAGE DU MASSIF EN FAISANT ÉVOLUER L'OFFRE

Dynamiser l'économie locale et augmenter la dépense moyenne par visiteur est un objectif clé pour favoriser les retombées économiques au sein du territoire. Face à cet enjeu, l'attractivité de la destination pour différents publics est centrale. Elle repose sur la diffusion de nouvelles offres touristiques adaptées aux attentes des clients et l'implication des professionnels pour améliorer l'accueil des visiteurs.

Les axes d'interventions :

Soutenir et développer durablement les filières d'excellence

Dans la continuité

- Développer des inspirations et des offres de séjours dans chacune des filières ;
- Soutenir et développer la filière itinérance ;
- Soutenir et développer la filière Massif des Vosges en famille ;
- Soutenir et développer les actions en faveur des fermes-auberges ;
- Soutenir et développer les produits et la marque FORÊT l'Effet Vosges.

Nouveautés

- Soutenir et développer une filière de tourisme de savoir-faire et de découvertes économiques en lien avec l'agriculture et l'artisanat local.
- Soutenir et développer une filière de tourisme patrimonial avec une mise en réseau et une valorisation des sites : sites historiques (châteaux forts, sites de mémoire), sites culturels de visite (mines et patrimoine géologique, bâti traditionnel) patrimoine architectural du XX^e siècle comme les musées dédiés au textile, au verre et au cristal

Promouvoir et accompagner une destination montagne multi-activité toutes saisons

Dans la continuité

- Accompagner la transformation des stations hivernales.

Nouveautés

- Soutenir et accompagner la structuration et le développement de pôles de sports de pleine nature, avec le développement d'offres de séjours liées pour les clientèles affinitaires ;
- Développer et promouvoir des offres de séjours « immersion / découverte de la nature » à destination des publics cibles (famille, urbains de proximité).

Exemples d'actions déjà réalisées

Destination familles

Dix territoires sont engagés pour mieux accueillir les familles dans le massif des Vosges en toutes saisons. Deux sentiers ludiques ont ainsi été créés dans le massif des Vosges : au Lac Blanc et à La Broque, dans la vallée de la Bruche. De même, un aménagement « Roule ma boule » comprenant six parcours pour les petits et les grands vient de voir le jour au Schnepfenried. Ou encore des circuits poussettes, des balades en famille et des jeux de piste sur tout le territoire. L'adaptation de l'offre est partagée par les professionnels : menus « famille » dans les restaurants, nouvelles chambres familiales, politique tarifaire adaptée, front de neige équipé dans les stations, pistes de luge, infrastructures pour les tout-petits.

Bienvenue dans la ferme-auberge du futur



© Christophe Lenouge

Mieux identifier les spécificités des fermes-auberges : c'est le sens des actions menées par Alsace Destination Tourisme et les professionnels du secteur. Une vidéo générique et six films thématiques ont ainsi été réalisés pour mettre en avant les différentes facettes du métier de fermier-aubergiste : agriculteur, éleveur, transformateur, acteur économique, restaurateur, hébergeur. Autre initiative : une cante touristique en quatre langues, dédiée aux fermes-auberges du massif des Vosges et leurs services. De leur côté, les fermiers-aubergistes sont à l'origine d'une offre de courtes balades au départ de chaque établissement.

Dans les Vosges du Nord, immersion dans le paysage



© C. Christophe Lenouge

Pour renforcer l'attractivité touristique du territoire, le Parc naturel régional des Vosges du Nord met en valeur la Traversée du massif des Vosges (GR 53®) : points de vue, aires de bivouac, gîtes dans le bâti. À cela s'ajoutent le développement de la Marque Valeurs Parcs, la valorisation des patrimoines naturels et bâtis le long du sentier - châteaux, étangs, ligne Maginot - ou sur les places de villages ainsi que la création d'une maison des « sports nature ». Le Parc a, par ailleurs, choisi 10 sites qui invitent les randonneurs à la contemplation à travers des constructions originales, ludiques et sensorielles : les Ütes et les Fenêtres de Paysage.

L'excellence pour l'itinérance

Alsace Destination Tourisme anime la filière itinérances en faveur du Collectif Massif des Vosges. L'itinérance constitue

aujourd'hui un axe majeur de promotion et de développement touristique pour le massif des Vosges. La filière met l'accent sur une offre d'excellence en matière d'itinérances et de randonnées thématiques sur l'ensemble du massif et des services dédiés comme le transport de bagages. Elle s'appuie notamment sur la certification « Leading Quality Trails - Best of Europe » mise en application sur un itinéraire historique et emblématique : la Traversée du massif des Vosges. Encore aujourd'hui, il constitue le seul massif en France à pouvoir justifier d'un tel niveau de qualité.

Opération Col'Attitude

Dans le prolongement des actions en faveur de l'itinérance à pied et à VTT, Alsace Destination Tourisme accentue la promotion des déplacements doux à travers les opérations « Col'Attitude ». Elles consistent à fermer exceptionnellement, pendant quelques heures, certaines routes de montagne à la circulation des véhicules motorisés. Ce dispositif permet ainsi aux pratiquants de gravir en toute sécurité les cols et les montées emblématiques du massif des Vosges. Après une première édition expérimentale en 2021, le programme « Col'Attitude » s'est élargi à tout le massif des Vosges proposant une dizaine d'événements par an.



© Christophe Lenouge

2 PRIVILÉGIER UN TOURISME RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT, DES RESSOURCES ET DE LA BIODIVERSITÉ

Il s'agit d'accélérer la réduction de l'impact carbone de l'économie touristique en valorisant les mobilités douces, d'incarner un tourisme de proximité, de lenteur et de reconnexion à la nature qui invite le visiteur à prendre le temps de la découverte, dans des sites préservés, au cœur de la nature du massif des Vosges. Il est aussi question de réguler la fréquentation, de mieux la répartir dans le temps et l'espace, d'éduquer à et par la montagne.

Les axes d'interventions :

Accompagner les transitions

Dans la continuité

- Définir et animer une stratégie touristique toute l'année en lien avec les dispositifs portés par l'État et les autres stratégies régionales et départementales;
- Poursuivre l'organisation des Rendez-vous de la Montagne;
- Soutenir et promouvoir le dispositif Quiétude attitude;

- Promouvoir et développer les mobilités douces et les alternatives décarbonées à la voiture, notamment par le biais d'événements tels que Col'Attitude ou slow Up.

Nouveautés

- Mise en œuvre d'un plan de communication et de marketing dédié au tourisme de nature;
- Accompagner une mise en réseau et une valorisation des « sites nature ».

Contribuer à une gestion durable des fréquentations

Continuité et renforcement

- Poursuivre et développer une communication au service d'une gestion intégrée des fréquentations * (diffusion des flux dans le temps et dans l'espace);
- Soutenir et valoriser les initiatives en faveur des classes découvertes.

Éduquer à et par la montagne

Nouveauté

- Création d'outils de sensibilisation aux bons usages de la montagne à destination des visiteurs et des habitants du territoire.

* Gestion intégrée des fréquentations : Gestion qui intègre un ensemble de facteurs écologiques, économiques et sociaux qui leur sont liés. Il s'agit de mettre en œuvre divers leviers d'action interdépendants, contribuant à la préservation des sites, au bien-être des habitants, à l'augmentation des retombées économiques locales et à l'amélioration du cadre de vie et de visite.



Source : La gestion durable de la fréquentation dans les Grands Sites de France.

Exemples d'actions déjà réalisées

À la conquête des sommets avec la Navette des Crêtes

Pontée par la Région Grand Est, la Navette des Crêtes a pris de l'ampleur depuis 2024. Ses atouts sont aujourd'hui reconnus : faciliter à moindre coût la découverte de la Grande Crête des Vosges avec une desserte étoffée de 14 arrêts et de 8 allers-retours par jour et une connexion optimale avec le réseau ferroviaire. Elle circule quotidiennement en juillet-août et les weekends de juin et septembre. L'enjeu est double : réduire les émissions de carbone en limitant le flux des véhicules et réguler le stationnement.



Navette des Crêtes.

© David Levêque

Quiétude attitude

Plus que jamais, face à une augmentation croissante des fréquentations, il devient important de concilier les usages de la nature afin de partager un espace limité, dans le respect des besoins de chacun : l'homme, la faune et la flore. Le programme « Quiétude attitude » a pour objet de faire connaître auprès d'un large public la localisation des zones de quiétudes définies et de promouvoir les bons réflexes à adopter dans la nature pour préserver le calme nécessaire à la faune sauvage pour survivre. Des outils de communication spécifiques destinés aux professionnels du tourisme et des loisirs permettent de relayer les messages de sensibilisation auprès du grand public.



Balisage de zone de quiétude pour la faune sauvage.

© Isabelle Collin

③ MIEUX FAIRE ENSEMBLE AVEC LA MARQUE DE DESTINATION

Réinventer le tourisme dans le massif des Vosges est une démarche conduite collectivement autour du Collectif Massif des Vosges Tourisme et les instances du Massif, les professionnels, les partenaires et les habitants du territoire. Les logiques de collaboration et de mutualisation entre les acteurs de la montagne, quelle que soit leur échelle de territoire, sont recherchées pour une compréhension partagée des enjeux et des actions mises en œuvre.

Il s'agit d'engager les actions de communication au service des enjeux de la destination Massif des Vosges : la sensibilisation écologique, la gestion de la ressource en eau, la gestion des fréquentations dans le temps et l'espace, l'éducation à et par la montagne, la valorisation des initiatives et des ressources locales ainsi que des acteurs locaux. Il s'agit également de renforcer la visibilité et l'appropriation de la marque Montagne buissonnière, tant par les partenaires, les professionnels du tourisme que par les habitants.

Les axes d'interventions :

Renforcer le pilotage de la stratégie touristique

Continuité et renforcement

- Renforcer la communication de la destination et ses outils

Nouveauté

- Mise en place et animation d'une cellule d'observation et d'évaluation de l'action touristique

Accentuer la coopération entre acteurs du tourisme

Continuité et renforcement

- Renforcer la coopération avec les offices de tourisme de la destination ;
- Renforcer la coopération avec les territoires de projets (PNR, Pays, PETR, territoires Plan Avenir Montagne).

Nouveauté

- Repenser la gouvernance technique et financière de l'action touristique du collectif Massif des Vosges Tourisme ;
- Renforcer la coopération en associant les habitants à la stratégie touristique de la destination Massif des Vosges.

Développer et conforter la marque de destination

Continuité et renforcement

- Poursuivre une stratégie de marketing en répondant aux nouveaux enjeux de communication, en développant un marketing d'influence comme outil au service des enjeux de la montagne ;
- Poursuivre l'appropriation de la marque auprès des partenaires du Collectif, des professionnels du tourisme et des habitants.

Exemples d'actions déjà réalisées

L'accueil du public sur la Grande Crête, une question stratégique

Depuis 2020, le Parc naturel régional des Ballons des Vosges, en lien avec l'État, la Région Grand Est, le Département des Vosges et la Collectivité européenne d'Alsace, a engagé une nouvelle démarche de concertation. Elle s'est traduite par l'élaboration du nouveau schéma d'accueil de la Grande Crête et l'installation de la conférence de la Grande Crête des Vosges. Celle-ci a pour objectif de travailler collectivement, avec les acteurs socio-économiques, la question stratégique de l'accueil du public et de la préservation des espaces naturels sur la Grande Crête.

Massif du Ballon d'Alsace : le Grand Site de France en projet

Les acteurs du Massif des Vosges ont initié il y a quelques années une Opération Grand Site pour le massif du Ballon d'Alsace dont l'animation est confiée au Parc naturel régional des Ballons des Vosges. Cette démarche de valorisation vise à maintenir ou restaurer la qualité des paysages tout en permettant un développement harmonieux du tourisme par l'organisation des fréquentations. Les projets dans ce sens sont multiples : résorption des friches ou requalification des bâtiments touristiques, sentiers de découverte, signalétique pour les activités.

Vosges du Sud : un collectif et une signature

Dans le cadre de sa stratégie marketing, Bourgogne-Franche-Comté Tourisme a souhaité valoriser spécifiquement les offres du sud du massif des Vosges situées en région Bourgogne-Franche-Comté. C'est dans ce contexte qu'une nouvelle organisation a vu le jour en 2021 avec la création d'un collectif regroupé autour d'une signature commune « Massif des Vosges - Vosges du Sud » piloté par le comité régional Bourgogne-Franche-Comté Tourisme. Les offres touristiques qui composent ce territoire Vosges du Sud sont valorisées dans le cadre d'un plan d'actions co-construit et co-financé sous la signature Vosges du Sud.



© Christophe Leroouge

Rencontre annuelle du Collectif du 10 novembre 2023 à Colmar.

Une stratégie de marketing et de communication transversale

Une des principales raisons d'être du Collectif Massif des Vosges est d'inspirer les visiteurs pour les inciter à découvrir la destination Massif des Vosges et ses ressources autour de ses trois thématiques prioritaires. Cette stratégie de marketing et

de communication au service d'un tourisme responsable a pour finalités d'augmenter le nombre de nuitées et de contribuer à faire du massif des Vosges une destination touristique reconnue, vivante et durable en privilégiant :

- Une communication transversale, au bénéfice de l'ensemble du territoire, en toutes saisons et toute l'année ;
- Une meilleure diffusion des flux sur l'ensemble du territoire, dans le temps et dans l'espace ;
- Une découverte et une sensibilisation à la préservation des milieux naturels ;
- Un marketing d'influence comme outil au service des enjeux de la montagne (la gestion des fréquentations, la préservation des milieux, l'éducation à et par la montagne).



© Michel Laurent

Confiserie des Hautes Vosges.



© Michel Laurent

Myrtille des Vosges.



© Christophe Lerouge

Musée du Cristal de Saint-Louis.

UN POSITIONNEMENT SINGULIER ET DIFFÉRENCIANT

Le concept de « Montagne buissonnière », signature de la marque de destination, constitue la colonne vertébrale, le fil rouge, la ligne éditoriale, des actions de marketing et de communication. Le référentiel Montagne buissonnière sera le cadre de création des contenus au service des actions de marketing et de communication.

RENFORCER LE MARKETING DE L'EXPÉRIENCE

La destination Massif des Vosges se différencie par la diversité, la densité et la richesse des expériences à vivre. Celle-ci constitue un réel levier d'attractivité. La stratégie de marketing et de communication s'attachera à un travail particulier d'identification et de valorisation d'expériences avec une approche segmentée par univers géographiques et thématiques.

OBJECTIFS STRATÉGIQUES :

- Consolider la notoriété et la visibilité de la destination ;
- Valoriser la diversité des offres en s'appuyant sur les productions et savoir-faire locaux et des expériences, tout en accompagnant les mutations qui s'imposent ;
- Générer du trafic sur nos sites web et réseaux sociaux ;
- Contribuer à une meilleure gestion des flux dans le temps et dans l'espace pour favoriser une découverte apaisée de la montagne,
- Renforcer l'acceptabilité du tourisme par les habitants et les pratiquants habituels, favoriser les rencontres et contribuer à une nécessaire préservation des milieux et des ressources ;
- Mettre en œuvre une stratégie de marketing et de communication dédié à un tourisme de nature.

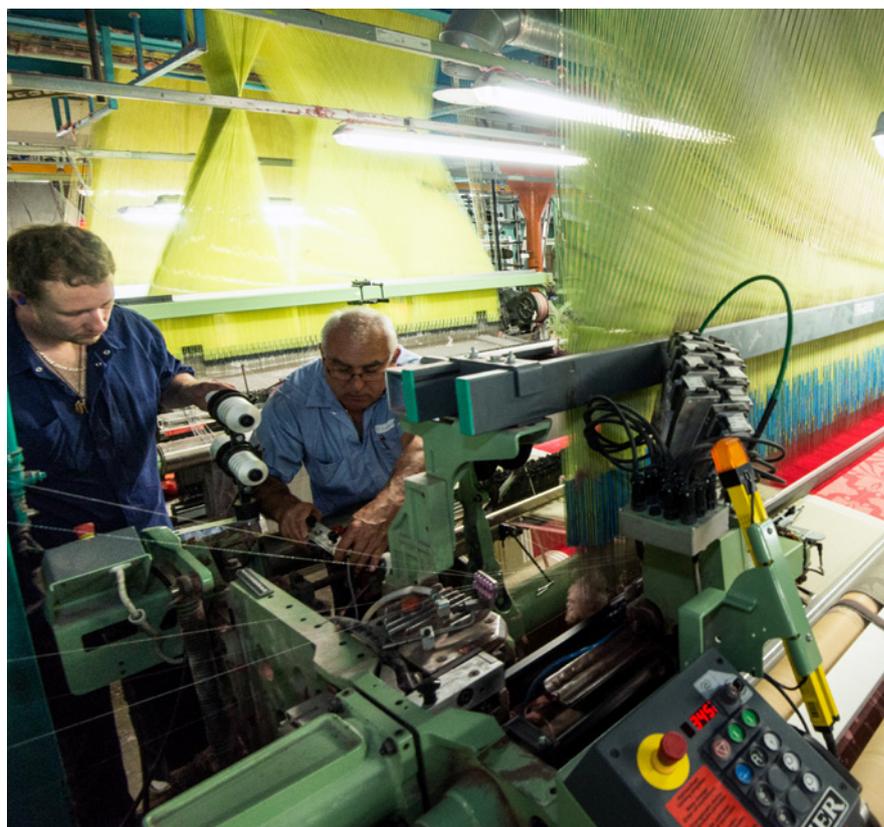
Les outils

- Écosystème digital
- Relations médias (Relations Presse)
- Éditions
- Partenariats
- La marque de destination
- La production de contenus



Uté dans le Parc naturel régional des Vosges du Nord.

© PNRVN AE



Fabrication du Jacquard français à Gérardmer.

© Michel Laurent



© Christophe Lerouge

Réinventer la marque ensemble.

Le Collectif Massif des Vosges Tourisme

UNE GOUVERNANCE COOPÉRATIVE INFORMELLE DE LONGUE DATE

Le Collectif Massif des Vosges tourisme constitue au départ un regroupement informel d'opérateurs institutionnels de tourisme mobilisés pour permettre l'identification, la visibilité et la notoriété de la Destination Massif des Vosges dans le concert de toutes les montagnes de France et d'Europe. Les Comités Départementaux du Tourisme d'Alsace et des Vosges, à l'initiative, ont rapidement été rejoints par leurs homologues des départementaux voisins, les financeurs des politiques publiques en faveur des territoires de montagne (État, Régions, Départements), les Parcs naturels régionaux des Ballons des Vosges et des Vosges du Nord. Au cours des dernières années, le Collectif Massif des Vosges Tourisme s'est encore élargi à d'autres acteurs de la montagne et constitue ainsi un lieu d'échanges très original et très ouvert. Il s'affranchit au mieux des limites administratives et de compétences pour offrir une transversalité inspirante pour le développement de thématiques et pour saisir des opportunités permettant de consolider la notoriété de la montagne vosgienne, au plan national comme international, et renforcer l'attractivité de ses territoires de vie. Son action offre une approche résolument décomplexée des montagnards et une fierté pour tous les habitants. Ce Collectif, par l'engagement concerté, coordonné et inscrit dans la durée (près de 40 ans),

de plusieurs structures institutionnelles de tourisme, propose des programmes d'actions opérationnelles en appui des instances politiques chargées de la gouvernance du développement, de l'aménagement et de la protection du massif des Vosges (Comité de Massif, Comité Interrégional de Pilotage et de Programmation, etc.).

Son approche est à la fois orientée vers le grand public et les professionnels du tourisme à l'échelle de l'ensemble du périmètre de la destination. Il s'appuie sur une équipe d'une vingtaine de techniciens pour assurer un rôle d'inspiration, d'impulsion et d'ingénierie.

Les partenaires du Collectif se réunissent trois à quatre fois par an, au sein d'un Comité technique, chargé de proposer et de suivre une stratégie touristique et un programme annuel d'actions. Ces dernières sont mises en œuvre en concertation avec les acteurs de la montagne réunis au sein des groupes projets.

NOTRE RAISON D'ÊTRE, NOS MISSIONS

Promouvoir

La Destination « Massif des Vosges » en mettant en valeur, son territoire, ses habitants, ses ressources et ses savoir-faire, par des démarches de coopération multisectorielle.

Développer

Des produits touristiques, sur des thématiques prioritaires pour une montagne vivante au fil des saisons.

Faire ensemble

Développer des synergies et de la coopération.

Les partenaires participent activement à la réussite des actions menées autour de moyens partagés, en assurant, pour certains :

- **La maîtrise d'ouvrage ;**
- **La mise à disposition de moyens humains et financiers ;**
- **L'apport de connaissance et d'expertise de terrain ;**
- **La promotion et la communication.**

UN RÔLE D'INSPIRATION, D'IMPULSION ET D'INGÉNIEURIE

Les missions du Collectif sont triples :

- **Mettre en valeur la destination touristique, ses ressources, ses savoir-faire ;**
- **Développer des produits touristiques sur des thématiques prioritaires et différenciantes ;**
- **Favoriser les synergies et les coopérations entre acteurs.**

FINANCEMENT DES ACTIONS

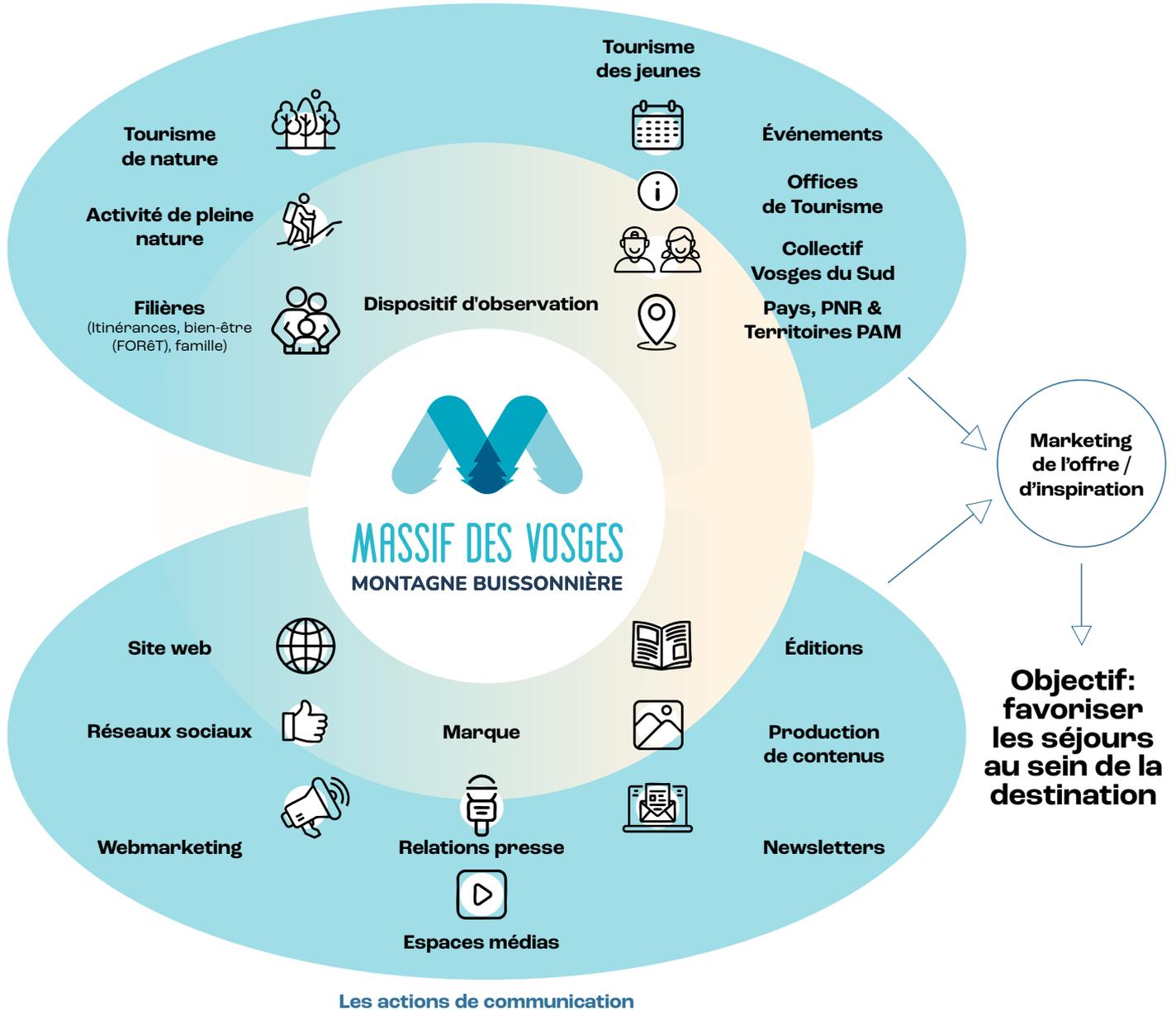
Les actions conduites par le Collectif Massif des Vosges sont soutenues financièrement dans le cadre du Contrat de Plan Interrégional État Région (CPIER).

ÉVOLUTION DE LA GOUVERNANCE DU COLLECTIF

A compter du 01 janvier 2026, pour davantage d'efficacité, le collectif s'incarnera à travers un groupe de travail du Comité de Massif, se rapprochant ainsi des instances de pilotage de la politique du massif.

Panorama des leviers d'actions

Les dynamiques collectives





© Michel LAURENT

Jeux de neige en famille.

TÉMOIGNAGES

Julie Riu, Directrice Vosges Tourisme

« PROMOTION DE LA MONTAGNE ÉQUILBRÉE ET ADAPTÉE »



« Tout a démarré en 1984, et ce, parce que les Vosges et l'Alsace ont fait le choix de collaborer et de se fédérer autour d'un outil commun de promotion de la montagne. Le comité de promotion du Massif des Vosges était né !

Je pense tout particulièrement aux deux anciens directeurs des comités départementaux des Vosges et de Haute Alsace qui nous ont montré la voie. Nous ont rejoints petit à petit les autres territoires du massif

en s'affranchissant des limites administratives et mettant en commun des moyens techniques, humains et financiers au service de la montagne vosgienne. C'est remarquable de voir ce Collectif avec une ambition commune et partagée au service d'une stratégie unique et d'une marque « Massif des Vosges ».

Que de chemin parcouru depuis... D'abord, un outil de promotion et de communication, il s'est étoffé d'une stratégie de développement commune et de structuration de l'offre, au travers de filières.

Aujourd'hui, le Département des Vosges et Vosges tourisme, son Comité départemental du tourisme, restent très impliqués dans le Collectif du Massif des Vosges. En matière d'ingénierie et de développement de l'offre, nous pilotons par exemple la filière Massif des Vosges en famille avec des territoires et des acteurs touristiques motivés pour faire du « Massif des Vosges » une destination famille pleine et entière, été comme hiver. Jeux de piste, circuits poussettes, hébergements

dédiés, restauration adaptée aux tout petits... je mesure le chemin parcouru par les territoires du massif ! L'actualité sera cette année la sortie de jeux pour ados pour compléter et diversifier l'offre à proposer à nos clientèles touristiques dans le massif. Depuis 2022, et à la demande de la Région Grand-Est, nous avons repris la coordination de la communication et la promotion de la destination, en complémentarité avec les actions menées par Alsace Destination Tourisme. Nous œuvrons particulièrement sur les relations presse mais aussi sur les campagnes de communication de la marque « Massif des Vosges » Montagne buissonnière. L'enjeu d'une promotion de la montagne équilibrée et adaptée n'a jamais été plus d'actualité.

Partenaire historique du massif, Vosges Tourisme poursuit son implication dans la nouvelle stratégie du massif et dans son dynamisme au service de la collaboration et le faire ensemble. »



Marc Levy, Directeur d'Alsace Destination Tourisme

« S'APPUYANT SUR DES ACTEURS LOCAUX PASSIONNÉS »

« Historiquement constitué autour des problématiques de promotion de la « Destination Massif des Vosges », de ses offres de loisirs et de séjours, le Collectif s'est principalement attaché à faire exister la montagne vosgienne sur les marchés touristiques français, puis allemand, néerlandais et belge. Très rapidement, les Comités Départementaux du Tourisme ont investi des thématiques susceptibles d'offrir des avantages marketing à la Destination, en s'inspirant d'autres expériences montagnardes, en s'appuyant sur des acteurs locaux passionnés et en profitant d'opportunités de mise en visibilité. Sans création d'une structure administrative dédiée, le Collectif

s'est ainsi appuyé et s'organise aujourd'hui encore sur la bonne volonté de partenaires engagés. Les thématiques travaillées par Alsace Destination Tourisme pour le compte du Collectif sont nombreuses et diverses, par exemple : l'itinérance pédestre en partenariat avec le Club Vosgien et la Fédération Française de la Randonnée Pédestre ; l'agropastoralisme avec l'association des fermes-auberges ; le tourisme de mémoire, à l'occasion du 100^e anniversaire de la 1^{re} Guerre Mondiale, avec un Pôle d'Excellence Rural liant Alsace et Département des Vosges ou bien avec le Collectif « Alsace-Vosges, Traces d'histoires » ; le bien être avec Atout France en recensant les friches médicales du massif ; les activités nordiques avec l'Association de promotion du Ski de Fond et les stations de montagne ; le patrimoine castral avec la « Route des châteaux et cités fortifiées » ; etc. Ainsi, le Collectif aura misé autant sur la promotion du massif que sur l'organisation et le développement de l'offre touristique en animant des réseaux d'acteurs.

L'accompagnement des porteurs de projets aura permis d'apporter de la visibilité à de nombreux investissements d'envergure et de consolider leur démarrage. L'ingénierie en faveur du tourisme pédestre aura conduit à l'attribution du label européen « Leading Quality Trails - Best of Europe » à la Traversée du massif des Vosges, 1^{er} itinéraire français ainsi distingué. Les actions de promotion se sont multipliées par l'image, par les éditions de cartes et de topoguides, par le numérique avec le **site internet**, par la création de tables tactiles d'informations touristiques, par les relations avec les médias, etc. Grâce aux financeurs publics et à l'énergie de ses opérateurs historiques, les projets participatifs pilotés par le Collectif de promotion au service de la Destination du Massif des Vosges traduisent concrètement comment « faire Massif ! », comment construire et mener ensemble un projet de territoire, comment garantir dans la durée une dynamique holistique, sans structure dédiée et avec une économie de moyens. »



Plaisirs de la glisse au Champ du Feu.

© Denis BRINGARD



© Thomas DEVIRAD

Prendre du temps pour soi.



© Christophe LEPOUGE

Site de mémoire du Lingé.



PARTIE 5

EN ROUTE POUR RELEVER LE DÉFI !
LES ACTEURS DU MASSIF
DES VOSGES S'ENGAGENT

Rocher du Hohenfels.

Qu'ils soient hôtelier-restaurateur, élu, exploitant de station, architecte-urbaniste, directeur de musée, responsable de camping ou d'office de tourisme : les professionnels sont les acteurs clés de la montagne. Ils nous livrent leur point de vue sur la transition touristique du Massif des Vosges.



Maryline Morallet, Conseillère départementale du Territoire de Belfort, déléguée au tourisme et Vice-Présidente au Parc naturel régional des Ballons des Vosges

« Face au défi de la transition touristique, nous devons travailler collectivement en associant les professionnels et les habitants autour de quelques priorités. La démarche Grand Site que nous portons au Ballon d'Alsace symbolise cette approche. Elle conjugue développement du site et préservation des milieux naturels en privilégiant les sentiers doux, les balades accessibles. La démarche de labellisation est l'occasion de mettre en valeur nos atouts, qu'ils soient

culturels, architecturaux ou historiques. Je pense notamment au Théâtre du Peuple à Bussang, au lac de Sewen, à la maison Mazarin à Giromagny. C'est aussi l'opportunité de reconverter des bâtiments comme la Jumenterie à Saint-Maurice-sur-Moselle. Nous allons aussi booster le concept « Une auberge, une rando ». Tout cela concourt à un développement intelligent du Massif des Vosges par la mise en avant de la diversité de nos offres. »

Patrick Ayache, Vice-Président de la Région Bourgogne Franche-Comté et Président du Comité Régional du Tourisme

« LA BATAILLE N'EST PAS PERDUE »

« Le premier enjeu du massif des Vosges est de répondre au défi climatique. Nos stations de montagne sont d'ores et déjà confrontées à un déficit d'enneigement. L'une des solutions réside dans le développement du tourisme quatre saisons. Les stations ont amorcé ce tournant stratégique et engagé de gros investissements pour diversifier leurs activités comme les sentiers VTT, la luge d'été, les sports aquatiques. Il faut aussi conduire une réflexion sur l'hébergement et nos capacités d'accueil en été comme en hiver. C'est toute une culture nouvelle qui est insufflée et

que les stations ont déjà intégrée. La bataille n'est pas perdue. Notre responsabilité est de les accompagner dans cette nouvelle étape décisive pour le tourisme dans le massif des Vosges. ». Je souligne l'engagement de la région Bourgogne-Franche-Comté Tourisme à porter la marque Massif des Vosges et la création de notre Collectif Vosges du Sud, ainsi que les moyens financiers que nous arrivons à mobiliser spécifiquement et collectivement sur ce sujet. »



Sébastien Cornu, Directeur de l'Office de Tourisme de Luxeuil-les-Bains, Vosges du Sud

« LE TOURISME DIFFUS ET LOIN DE LA FOULE SÉDUIT NOS VISITEURS »



« Le nouveau développement touristique du Massif des Vosges passe par une diversification de l'offre dans les territoires pour limiter la pression sur certains grands sites et mieux répartir les flux. Car tous les territoires du massif ne connaissent pas des situations de surtourisme alors qu'ils ne manquent pas d'attraits. Le territoire de Luxeuil-les-Bains, Vosges du Sud, a connu un beau développement au cours des dernières années avec une augmentation des nuitées touristiques confirmée par les chiffres de la taxe de séjour. Pour autant, nous ne sommes pas en situation de surfréquentation. Le développement touristique y est harmonieux et offre encore des marges de progression. »

Le tourisme plus diffus, et loin de la foule, séduit nos visiteurs. Par ailleurs, si le capital nature reste le principal levier d'attractivité dans le massif, il est important de miser aussi sur des filières complémentaires comme le patrimoine et les savoir-faire, le bien-être et la gastronomie locale. À ce titre, Luxeuil-les-Bains, ville porte du Parc naturel régional des Ballons des Vosges, station thermale, patrimoniale et gastronomique, est un bel exemple. Les produits identitaires mixant patrimoine, bien-être, terroir et nature fonctionnent bien. Le tourisme quatre saisons, appuyé sur tous ces atouts, est assurément une piste prometteuse. »

Marc Verdier, Architecte-urbaniste, Maître de conférences à l'École d'Architecture de Nancy

« UNE LOGIQUE DE GRAND BASCULEMENT »

« Le massif est un habitué des grandes mutations. Après celles de l'industrie textile, des vallées et des politiques de paysages, le Massif des Vosges entame une nouvelle étape de sa transformation. Une logique de grand basculement qui implique des choix décisifs. La montagne doit inventer son avenir alors que la neige tend à se raréfier, que la biodiversité recule et que les forêts souffrent du changement climatique. Tout cela pose la question du tourisme. La priorité est de mieux réguler les flux. Songez que 80 % du tourisme en France se concentre sur 20 % du territoire. Dans le massif

des Vosges, 66 % des visiteurs viennent pour une journée avec les conséquences que l'on sait sur l'impact carbone. Il faut rompre avec cette tendance consumériste en encourageant le tourisme de découverte, sur le temps long. J'adhère pleinement à cette idée de Montagne buissonnière fondée sur l'authenticité du massif qui fait la part belle aux cultures locales. Le massif des Vosges ne peut plus être une grande réserve de loisirs. Des solutions s'esquissent, comme nous l'avons éprouvé avec les étudiants de l'École d'Architecture. Leurs travaux expérimentent par le projet les options possibles. Au Ventron, c'est une nouvelle façon d'accueillir les visiteurs qui est étudiée à partir des savoir-faire locaux. Les parcours sont définis autour des artisans, des bâtiments et des paysages. Toujours à Ventron, c'est le tourisme de lenteur qui est

privilegié autour de l'équithérapie. Entre savoir-faire et ressources locales, le Massif des Vosges peut se reconnecter avec une valeur de société prometteuse par ces temps d'accélération destructrice : la lenteur qui va avec la Montagne buissonnière. »



Annick Lutembacher, Déléguée montagne à la Collectivité Européenne d'Alsace,
Présidente du Syndicat Mixte Markstein Grand Ballon

« AGISSONS AVEC BON SENS ET PRAGMATISME »

« Par mes fonctions, je mesure pleinement les enjeux actuels du développement touristique. Nous venons d'ailleurs d'engager une étude sur le renouvellement des schémas directeurs du Markstein et du Grand Ballon qui devra prendre en compte les évolutions climatiques, évaluer le potentiel de diversification et définir un nouveau modèle économique. Mais faire cohabiter activité économique et préservation de l'environnement est un enjeu complexe. On prône la diversification mais il est très difficile d'inventer un modèle qui permette de maintenir le niveau des recettes issues de l'exploitation des domaines skiables. On recherche de nouvelles activités mais leur

installation va se heurter aux contraintes environnementales. Certains souhaitent la fermeture de la route des Crêtes mais elle représente un axe de circulation intra-massif important. Quant à un service public de qualité - accueil touristique, toilettes publiques - il a un coût de fonctionnement entièrement à la charge des collectivités. Les défis sont nombreux mais il n'est pas question d'abandonner toute ambition de développement. La montagne est un terrain de loisirs mais aussi une terre d'emplois. À nous de concilier les antagonismes avec bon sens et pragmatisme. »



Olivier Lapotre, Directeur de l'hôtel-restaurant Au Collet

« NOS EXPÉRIENCES IMMERSIVES EN PLEINE NATURE MARCHENT TRÈS FORT »

« Notre massif est confronté à plusieurs enjeux cruciaux. Nous devons nous réinventer afin d'assurer un développement durable et harmonieux qui nous mettra en capacité d'attirer des visiteurs et de rivaliser avec d'autres destinations comme la Forêt Noire, l'Autriche ou les Dolomites. Le réaménagement de la Schlucht va dans ce sens. À nous de rebondir et de trouver les points clés pour

un nouveau développement du massif sans non-dits ni tabous. Les clients recherchent de plus en plus des expériences authentiques et respectueuses de l'environnement. Les mots clés aujourd'hui sont reconnexion à la nature, bien-être, détente, slow tourisme. Au Collet, nous avons développé des offres innovantes comme des séjours thématiques « 4 saisons » et des expériences immersives en pleine nature avec un accompagnateur. Cela marche très fort et les retours sont excellents. Aujourd'hui, nous ne devons plus avoir peur d'aborder les sujets qui divisent comme la gestion des flux, la limitation des motos sur la route des Crêtes. Il en va du rayonnement et de la survie des Hautes Vosges. »

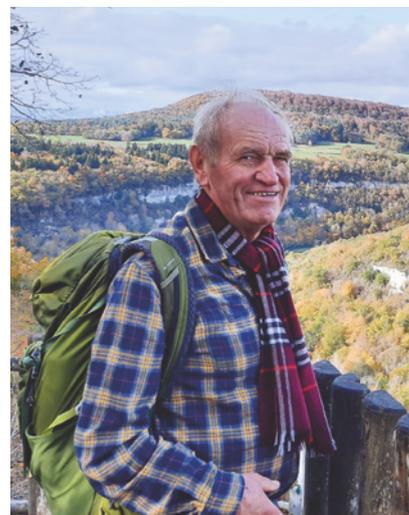
Robert Jacquot, Président de la Fédération du Club Vosgien

« UNE NOUVELLE DYNAMIQUE POUR PRÉSERVER ET VALORISER LE MASSIF VOSGIEN »

« En tant que Président de la Fédération du Club Vosgien, je souhaite inscrire notre action dans une continuité dynamique, tout en apportant un souffle nouveau à nos projets. Le massif Vosgien est un patrimoine naturel d'exception, et il est de notre responsabilité de le préserver tout en le rendant accessible à celles et ceux qui souhaitent le découvrir. Notre stratégie s'articule autour de plusieurs axes majeurs : la mise en valeur de sentiers thématiques, le renforcement de l'accueil et de l'information auprès

des randonneurs, ainsi que le développement d'hébergements adaptés aux nouvelles attentes des pratiquants. Nous poursuivons également l'initiative de « dédensification » de nos itinéraires : concentrer nos efforts sur les sentiers les plus remarquables, tout en permettant à la nature de reprendre ses droits là où cela est nécessaire. Ces choix répondent à un double objectif : offrir une expérience de randonnée enrichissante et préserver les équilibres écologiques fragiles de notre massif. Pour cela, l'information et la pédagogie auprès du grand public sont essentielles. Mieux informer les visiteurs sur les bonnes pratiques à adopter, à travers nos supports de communication et nos sentiers balisés, contribuera à limiter l'impact humain sur l'environnement.

Je suis convaincu que l'avenir du Club Vosgien passe par cette vision durable, portée par nos bénévoles passionnés et engagés. Ensemble, continuons à tracer des chemins d'excellence pour les générations futures. »



Emil Leroy, Fondateur de l'hôtel insolite et écologique « 48° Nord »

« REPENSER FORTEMENT LES MOBILITÉS »

« Se poser la question de l'avenir de notre massif impose à mon sens d'interroger nos pratiques individuelles et collectives. Au 48° Nord, nous expérimentons au quotidien une approche un peu décalée des standards hôteliers en mettant au cœur de la démarche l'écologie et les circuits ultra-courts. Cela ne suffit pas à diminuer notre première cause de pollution, à savoir les modes de déplacement de nos hôtes qui viennent à 99 % en voiture. Une stratégie de transition touristique doit nécessairement repenser fortement les mobilités avec des mesures structurantes. Le changement climatique aura

aussi un impact et va faire de notre montagne un refuge de fraîcheur pour les urbains. Il s'agit de pouvoir accueillir ces publics sans dégrader la qualité de vie des habitants ni les milieux naturels fragiles du massif. Enfin, je crois qu'il est important de mettre en avant le rôle social de la montagne. S'agissant de l'hébergement, cela pourrait se traduire par une concentration des aides sur les projets collectifs et accessibles : requalification des anciennes colonies de vacances, auberges de jeunesse de montagne, campings, refuges. »



Véronique Brumm Schaich, Directrice du Musée Lalique à Wingen-sur-Moder

« LES SAVOIR-FAIRE OCCUPENT UNE PLACE CENTRALE »

« La question du tourisme dans le massif des Vosges est un enjeu majeur. Les Vosges du Nord, où est installé le Musée Lalique, sont peut-être moins touristiques que d'autres territoires du massif mais pour autant, l'accessibilité par les mobilités douces est un véritable sujet de réflexion. Si le territoire est desservi par la voie ferrée, la circulation à l'arrivée est une véritable problématique.

Une étude a été menée sous l'égide du Parc naturel régional des Vosges du Nord. Ce qui est remarquable, c'est l'attractivité du patrimoine naturel et les sentiers de randonnée bien balisés, notamment par le Club Vosgien. Autour du musée, par exemple, un sentier des verriers offre aux visiteurs l'opportunité de prolonger la découverte, mais également des circuits permettent de relier les autres sites verriers. Parmi les thématiques qui distinguent les Vosges du Nord, les savoir-faire occupent une place centrale. Ils s'y sont développés depuis la fin du Moyen-Âge et plusieurs entreprises contribuent au rayonnement de

la région. Participant de l'identité du territoire, ils bénéficient, par ailleurs, d'une valorisation patrimoniale et touristique avec le Musée Lalique mais aussi les centres verriers de Meisenthal et de Saint-Louis. Des sites unis au sein des Étoiles Terrestres pour une collaboration partagée sur les plans scientifique et pédagogique. Cet écosystème patrimonial favorise également l'activité des hôtels, restaurants et commerces locaux. »

Julie Grob, Directrice de l'Office de Tourisme de La Bresse Hautes-Vosges

« UNE ÉQUATION COMPLEXE »

« Depuis la crise sanitaire, le tourisme de proximité s'est accentué. Le réchauffement climatique pousse les clientèles à privilégier les destinations « montagne » en été. Mais le tourisme hivernal est un sujet majeur car la saison d'hiver reste très attractive sur notre massif avec des visiteurs qui semblent cependant plus résilients face aux problématiques de l'enneigement. Les enjeux de promotion pour notre office de tourisme sont donc complexes : comment continuer à attirer des visiteurs sur notre destination tout en privilégiant un tourisme raisonné et respectueux de notre environnement préservé ?

Notre stratégie s'oriente par conséquent vers un marketing plus durable et une promotion mieux réfléchi. Parmi les actions que nous mettons en œuvre, nous avons initié un schéma d'accueil et de diffusion de l'information qui nous permettra d'identifier les portes d'entrée au sein du territoire et d'analyser les flux des visiteurs. Ce diagnostic sera le socle d'une cartographie de diffusion de l'information et d'un rapport stratégique qui conduira à une feuille de route opérationnelle. Objectif : mieux accueillir nos clientèles, mieux communiquer auprès d'elles et ainsi mieux répartir les flux sur l'ensemble du territoire. Il est donc important aujourd'hui de pouvoir assurer la promotion d'un tourisme plus responsable, bénéfique pour l'économie locale et en accord avec notre cadre de vie. »



Serge Weil, Président de l'Office de Tourisme du Pays de Bitche

« LA DIVERSIFICATION DES ACTIVITÉS EST VERTUEUSE »

« Que ce soit dans le massif des Vosges ou d'autres territoires, le tourisme est en mutation, confronté à de nouveaux enjeux liés au dérèglement climatique, aux crises sanitaires, économiques et géopolitiques. Les attentes et les pratiques en matière de « consommation touristique » évoluent et nous amènent à repenser notre stratégie de développement autour d'un modèle plus durable, à redéfinir nos clientèles cibles et à retravailler l'image de notre destination. Le Pays de Bitche entend désormais se positionner comme un territoire éco-responsable et tendre vers un tourisme « quatre saisons ». Cela passe avant tout par la valorisation des mobilités douces (randonnées,

itinérances) et des activités de pleine nature, la mise en lumière du patrimoine historique et culturel (châteaux forts, ligne Maginot), de l'artisanat local (verre, cristal, bois) et des circuits courts à travers un plan de communication adapté et une structuration dynamique des acteurs touristiques. La diversification et la complémentarité de ces activités seront d'autant plus vertueuses qu'elles permettront de mieux répartir les flux dans le territoire, d'attirer de nouvelles clientèles sensibles à l'environnement, d'augmenter la durée moyenne des séjours et donc les retombées économiques sur le territoire. »



Thomas Gion, Conseiller départemental des Vosges, canton de Gérardmer

« UN LABORATOIRE DE LA MONTAGNE DE DEMAIN »



« En tant qu'élu et professionnel de la montagne, je ne peux que constater les changements qui s'y opèrent : diminution des durées d'enneigement et assèchement de nos forêts, hausse de la fréquentation sur certains sites touristiques, tensions immobilières pour les habitants au profit des locations saisonnières. Autant d'enjeux économiques, sociaux et environnementaux à prendre en compte pour réinventer l'avenir de la montagne. Je souhaite que le massif des Vosges soit le massif de la transition, qu'il serve de laboratoire de la montagne de demain. Nous devons collectivement nous recentrer sur l'essentiel : comment vivre bien dans un environnement dynamique et protégé ?

Du tourisme oui, mais régulé et organisé, avec un véritable levier pédagogique, ou comment donner du sens à ses vacances et son temps libre ? Transformer les stations de ski en stations de vie, où le ski est complété par des activités douces, accessibles et riches de sens. Nous avons la chance de vivre dans un massif qui bénéficie de forces vives, d'un tissu associatif dynamique, de porteurs de projets ambitieux, d'habitants fiers de leur histoire et de leur territoire. Mettons en lumière nos ressources patrimoniales, pastorales, agricoles, artisanales, industrielles qui plaisent tant ! La montagne nous offre le décor, à nous de réinventer l'histoire qui lui correspond. »

Eric Legros, Responsable du camping du Mettey à Vagney

« L'ÉCOLOGIE COMME BOUSSOLE »

« Il faut donner une aura positive à l'écologie. Notre camping affiche clairement son positionnement durable en misant sur les filières courtes, les savoir-faire du terroir, la sobriété heureuse. Nous proposons à nos vacanciers nos propres cultures sous serre enterrée. Nous avons aussi aménagé une piscine naturelle avec filtres plantés. Notre camping se distingue également par ses chalets insolites, les Écologîtes, qui séduisent notre clientèle.

Celle-ci est très sensible à cette approche centrée sur la nature, le bien-être, le terroir. Ne ratons pas la transition, développons la régulation des flux, agissons avec bon sens. Les collectivités, comme le Département et la Région, ont pris la mesure de ces enjeux. Avec l'écologie comme boussole. C'est la seule manière de développer le tourisme tout en préservant la beauté de nos montagnes. »



Nicolas Buhl, Directeur de la station de ski du Schnepfenried

« UN DÉFI ET UNE OPPORTUNITÉ »



« Organisées autour de leurs domaines skiables datant des années 1960, les stations de ski sont des éléments structurants du massif des Vosges. Le développement d'activités ludiques et sportives, tout comme le besoin de nature exacerbé par la récente crise sanitaire, ont modifié la fréquentation du massif. C'est à la fois un défi et une opportunité, il s'agit de prendre en compte les nouvelles tendances touristiques tout en s'engageant pour la préservation de l'environnement et la sécurité des usagers de la

montagne. Dans une logique de complémentarité, le Schnepfenried - et plus généralement les sites de la vallée de Munster - ont un rôle essentiel à jouer dans ce projet de tourisme durable. Au cœur du massif, sans être directement sur l'axe majeur de la route des Crêtes, les activités ludiques, sportives ou pédagogiques, été comme hiver, peuvent être à la fois des ressources économiques et des outils de valorisation de l'environnement exceptionnel de nos belles montagnes. »

Christophe Bergamini, Directeur de l'Office de Tourisme de la station du Lac Blanc - Vallée de Kaysersberg

« S'ENGAGER POUR UN AVENIR RESPONSABLE »

« Les tendances actuelles, comme le tourisme responsable, offrent des opportunités pour réinventer l'offre touristique tout en soutenant le tissu économique local. Il est essentiel de valoriser les petites entreprises et les initiatives qui mettent en avant les produits du terroir et les savoir-faire traditionnels. La transition écologique doit figurer parmi nos priorités avec le développement d'infrastructures respectueuses de l'environnement, la promotion des transports durables et la promotion d'hébergements éco-responsables. Il est également important de sensibiliser nos visiteurs à la préservation des écosystèmes pour minimiser l'impact du tourisme. Quant au tourisme hivernal, en particulier le ski, il reste un pilier économique pour notre région. Il est crucial de continuer à valoriser cette activité tout en intégrant des stratégies de développement durable. Cela passe par la modernisation des équipements pour les rendre plus durables et par la diversification des pratiques : sorties en raquettes, randonnées, ski de fond ou à roulettes, bains nordiques, bien-être. L'amélioration de

l'enneigement de culture est également nécessaire pour en réduire l'impact environnemental. Concilier le maintien du tourisme hivernal avec des pratiques durables nous permettra de soutenir l'économie locale tout en répondant aux défis écologiques. »



« MISE EN TOURISME ET (A)MÉNAGEMENT DU TERRITOIRE »

« L'enjeu principal d'une transition touristique est de bâtir des offres qui prennent appui sur les particularités locales : des rituels autochtones, des traditions culinaires ou culturelles, des savoir-faire d'exception, des patrimoines bâtis ou naturels. Ces traits de caractère « non délocalisables » sont des éléments moteurs pour tout projet de développement. Il est crucial d'aborder la valorisation touristique en croisant ces marqueurs différenciants avec les enjeux de notre époque : les mobilités, la décarbonation, le réchauffement climatique ou encore l'intérêt économique et écologique des circuits courts. Il est par ailleurs déterminant

d'associer les habitants pour éviter que le tourisme ne les prive de leur territoire et de les inviter à partager les expériences de visites. Après la désindustrialisation et le départ du corps de l'Armée, le pays de Bitche milite depuis de nombreuses années pour une reconversion touristique raisonnée. Le développement maillé de pistes cyclables, de sentiers d'excellence, d'un réseau de producteurs locaux ou la gestion de sites touristiques communautaires sont quelques exemples des projets structurants de l'offre locale. Parmi eux, le site verrier de Meisenthal, qui vient de connaître une formidable reconversion architecturale, est un des vaisseaux amiraux

du Bitcherland. Ce projet qui mêle culture et tourisme, art et patrimoine, sauvegarde des savoir-faire et développement économique, exprime avec force la volonté d'un territoire de construire des projets à hauts potentiels attractifs à partir de sa propre histoire. Une posture ancrée qui permet de se réinventer sans se renier. »



« FAIRE DU MASSIF DES VOSGES UN MODÈLE DE TOURISME DURABLE »



« En tant que Maire de Baccarat, c'est une opportunité réciproque que la ville soit intégrée au massif des Vosges. Avec ses paysages variés, sa nature préservée et son patrimoine culturel, de savoir-faire, il attire chaque année de nombreux visiteurs, et la ville de Baccarat complète par ses atouts et son rayonnement l'expérience proposée. L'un des enjeux est de concilier le développement du tourisme en encourageant les visiteurs

à adopter des comportements responsables, à limiter leur empreinte écologique et à privilégier des activités qui respectent les écosystèmes locaux. Aussi, la ville de Baccarat offre aux touristes et aux visiteurs des services essentiels à leur séjour dans le Massif des Vosges en complément des espaces naturels, assurant ainsi une gestion raisonnée de l'environnement et de l'espace. Parallèlement, il est essentiel de répondre aux nouvelles attentes des touristes qui recherchent des expériences authentiques, en lien avec la nature, mais aussi des pratiques innovantes tels que le tourisme solidaire, les séjours responsables. Dans ce contexte, le tourisme ne doit pas se limiter à attirer des foules, mais aussi à enrichir l'économie locale de manière pérenne, en soutenant les artisans, les producteurs locaux

et les entreprises qui incarnent l'esprit du Massif des Vosges. Le défi est de réussir à faire coexister cette dynamique économique existante dans les villes et villages déjà artificialisés et ainsi préserver les milieux naturels. Les points clés d'un tel développement incluent la diversification de l'offre touristique, l'incitation à des pratiques respectueuses de l'environnement, le soutien aux initiatives locales et la mise en place d'une gouvernance partagée entre les collectivités, les acteurs du tourisme et les habitants. Il nous appartient de faire du Massif des Vosges un modèle de tourisme durable, où chaque visiteur pourra se ressourcer tout en contribuant à la préservation de ce patrimoine commun. »

Patricia Andriot, Commissaire à l'aménagement, au développement
et à la protection du Massif des Vosges

« LES MAÎTRES MOTS : DIVERSITÉ, RENCONTRE ET ÉQUILIBRE »



« Le massif des Vosges se caractérise par son accessibilité et une forte fréquentation d'excursion. Mais il témoigne aussi d'une présence humaine ancienne et constitue le massif français le plus densément habité. Ces caractéristiques, conjuguées au changement climatique, entraînent une fragilisation des milieux naturels, des conflits d'usage mais aussi des modifications des pratiques touristiques. Ces évolutions ne doivent pas être subies par les habitants et les acteurs du massif. Ils doivent s'en saisir pour écrire une nouvelle étape de l'histoire du

territoire. C'est à mon sens tout l'enjeu d'une stratégie touristique et le cœur de l'action du commissariat. Dans cette perspective, le massif doit exprimer tout son potentiel de nature habitée, de nature préservée, de liberté et de générosité promises par un espace à la fois accessible, ouvert et divers. Les maîtres mots sont diversité, rencontre et équilibre. **La diversité** s'exprime dans les activités : tourisme de nature, activités de plein air, valorisation de pépites nouvelles, de savoir-faire industriels remarquables, diversité du patrimoine naturel, historique, socio-économique. Variété aussi des publics visés entre familles, sportifs et amateurs de nature.

La rencontre signifie qu'il ne s'agit pas de « consommer » le massif mais de faire sa connaissance, de partir à sa découverte.

Et pour cela, nous devons miser sur une stratégie d'éducation et de sensibilisation à la biodiversité environnante. La rencontre, c'est

aussi le contact avec les habitants qui doivent être acteurs de cette stratégie touristique. Enfin, **l'équilibre** doit être visé dans la diversité des activités, des publics et des solutions retenues, entre liberté promise et régulation nécessaire. Nous sommes sur une ligne de crête. Et je ne crois pas plus à une stratégie de la fréquentation qu'à une approche qui proposerait la mise sous cloche du territoire. C'est tout le sens de l'action de l'État et du Commissariat, notamment à travers le plan Avenir Montagnes initié en 2021 et qui propose ingénierie et investissement pour favoriser une diversification de l'offre touristique. C'est aussi la finalité du plan d'adaptation au changement climatique que le Commissariat engage auprès de l'ensemble des acteurs du Massif des Vosges. »

ANNEXE

Synthèse de l'analyse stratégique

Offres/Produits

FORCES	FAIBLESSES
Une bonne accessibilité du massif au cœur d'une euro-région dynamique	L'offre d'hébergement à conforter et à compléter (qualité très disparate, hôtellerie familiale en difficulté de reprise, manque de personnel)
Des sites naturels prestigieux, 2 Parcs naturels régionaux, une réserve de biosphère, une Opération Grand Site, l'itinérance, les activités outdoor	La qualité de l'accueil à améliorer (hébergement, restauration, espaces de valorisation et d'interprétation, produits locaux et mise en adéquation avec les différents types de clientèles)
Des offres touristiques importantes et diversifiées toute l'année : patrimoines, loisirs, thermalisme, mémoire, visites d'entreprises, sites de visite (dont sites Unesco)	Faible taux d'occupation hôtelier
Des savoir-faire : gastronomie (producteurs locaux), industrie, agrotourisme (fermes-auberges)	Transports collectif et mobilités douces insuffisants
Forte concentration d'hébergements éco-labellisés	Une offre touristique 4 saisons insuffisamment diversifiée
Hébergements haut de gamme	Offre pas toujours en adéquation avec l'image souhaitée
Concentration de lits touristiques (la plus grande du Grand Est)	
Une dynamique d'investissements privés	
OPPORTUNITÉS	MENACES
Des filières en développement en phase avec les attentes des clientèles : ressourcement, sports de nature, tourisme de nature, tourisme industriel	Changement climatique et ses conséquences sur les milieux
Accompagnement à la structuration de pôles d'activités de pleine nature et à leur mise en réseau par le commissariat de massif	Contexte de crises (économique, écologique et sociale), qui impacte les budgets des familles dédiés aux vacances et aux loisirs
Projets d'investissements privés	Contexte économique et social incertain
Destinations voisines (complémentarité d'une offre touristique notamment avec l'Alsace très attractive)	Qualité et durée de l'enneigement de plus en plus aléatoire
Les plans nationaux (Avenir Montagnes, Plan d'adaptation au changement climatique)	Concurrence des offres voisines du massif des Vosges (Forêt Noire, Jura, Alpes)
Nouvelles attentes des visiteurs	
Une vraie Montagne buissonnière à imaginer, inventer, construire, structurer, professionnaliser	

Marketing & communication

FORCES	FAIBLESSES
Accessibilité, visibilité et proximité de zones de chalandise importantes	Forte attinace, faible transformation
Un positionnement « d'éco montagne » validé	Image à rajeunir
Des clientèles fidélisées, notamment européennes	Un relatif manque de confiance des acteurs touristiques (image perçue globalement « moyenne »)
Une notoriété spontanée	Une clientèle d'excursionnistes avec un faible taux de dépenses
Une réputation touristique positive historique (premier OT de France créé à Gérardmer)	Manque de liens entre production- promotion- commercialisation
Plusieurs filières « produits » pertinentes	Une promesse du positionnement à concrétiser
Les Vosges comme moteur d'image et de création de flux (terre de tournages audiovisuels)	Confusion entre « Vosges » et « Massif des Vosges »
Une marque identitaire qui s'installe et qui engendre de l'intérêt	
Un positionnement différenciant, fort et engageant	
OPPORTUNITÉS	MENACES
Un cadre de valeurs favorable : nature, convivialité, authenticité, générosité, ressourcement, bien-être...	Concurrence des destinations de proximité (Alsace, Franche Comté...)
Développement des loisirs et courts séjours de proximité	Risque de « course aux marques » (départements, « destinations infra »)
Tendances sociétales en faveur des offres proposées par la destination Massif des Vosges (ressourcement, slow, activités de pleine nature)	Initiative(s) infra territoriale(s)
Le développement de synergies et complémentarités au sein du Grand-Est	« Tourisme bashing »
Un territoire historique d'excursion pour les clientèles les plus proches, pouvant déclencher de nouvelles nuitées	Phénomènes d'emballlement liés aux réseaux sociaux

ANNEXE

Gouvernance

FORCES	FAIBLESSES
Le Collectif Massif des Vosges Tourisme avec son héritage de coopération collective de longue date associant acteurs publics et privés	Une faible participation des acteurs socio-professionnels
La politique de massif avec ses outils techniques et financiers	Gouvernance financière trop lourde avec des financements incertains et fragiles
Savoir-faire en matière de développement et de promotion touristique	Distanciation entre le process « produit » (sphère des professionnels) et le process marketing et communication (sphère publique)
Gouvernance informelle du Collectif	Gouvernance informelle du Collectif
	Distanciation entre la sphère juridique et la sphère technique (questionnement de plus en plus significatif des élus et cofinanceurs quant aux actions à mener par le Collectif)
OPPORTUNITÉS	MENACES
L'actualisation des stratégies touristiques territoriales des Régions et des Départements	Concurrence entre collectivités et destinations si les cadres de partenariats et de coopération ne sont pas établis
Le Massif des Vosges reconnu comme destination touristique régionale	Initiative(s) de gouvernance infra territoriale(s)
Volonté de certains professionnels de se regrouper (stations)	Restrictions budgétaires



Stratégie touristique 2025 -2030

Un document élaboré par le Collectif Massif des Vosges Tourisme en partenariat avec tous les acteurs touristiques de la destination Massif des Vosges

Remerciements

Merci à toutes celles et ceux qui ont contribué à l'élaboration de ce document.

Les outils du Collectif
massif-des-vosges.fr





MASSIF DES VOSGES
MONTAGNE BUISSONNIÈRE

Commission tourisme du comité de massif

Christophe Lerouge

Chef de projet de la destination
c.lerouge@massif-des-vosges.com

Sarah Moriou

Chargée de communication
smorion@vosges.fr

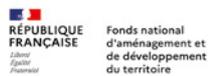
Jonathan Kienlen

Webmaster
jonathan.kienlen@adt.alsace

Les actions de la Commission tourisme bénéficient des financements de :



Avec le soutien de



Retrouver et suivre l'actualité de la Commission sur  Destination Massif des Vosges