



## 2. Plan d'action



## AXE 1. DES BALLONS AU VIEIL ARMAND : METTRE EN VALEUR LE PATRIMOINE ET LE CADRE DU PAYS THUR DOLLER

### Objectif 1.1. Valoriser les espaces naturels et les éléments culturels identitaires des deux Vallées

---

#### **Action 1.1.1. Entretien et valoriser les cheminements doux, force du Pays Thur Doller**

- sélectionner une quinzaine de sentiers les plus pittoresques et représentatifs du cadre naturel des deux vallées et mettre l'accent sur leur entretien, leurs liaisons, les aménagements de leurs abords, leur balisage
- favoriser la liaison entre circuits, en particulier entre les intercommunalités
- mettre en synergie les Clubs Vosgiens du Pays pour l'entretien et la valorisation des sentiers
- remettre en état les sentiers VTT (Saint Amarin, Doller, Thann)
- valoriser les cheminements doux et le cyclotourisme dans les deux vallées

#### **Action 1.1.2. Mettre en valeur la beauté et l'attractivité des paysages et espaces de loisirs**

- Rénover les stations de ski du Markstein et du Ballon d'Alsace, ainsi que les stations secondaires du Grand Ballon, du Frenz, du Schluimpf et du Thannerhubel
- Poursuivre la mise en valeur du Lac de Kruth et mettre en valeur les autres lacs : Alfeld (voir fiche technique développée), Sewen, Michelbach... Lac des Perches, Neuweilher, Burnhaupt le Bas, Aspach le Haut, Nonnenbruch
- Préserver les paysages, les maintenir « ouverts ». Travailler à la préservation des crêtes et de leurs panoramas
- interpréter les paysages, la faune et la flore (travail avec le PNR)
- appliquer la réglementation sur les flux touristiques pour préserver les espaces : sensibiliser au respect des espaces naturels, faire respecter les interdictions concernant la motorisation sur les cheminements



### **Action 1.1.3. Mettre en valeur et interpréter les composantes historiques et identitaires du Pays, et promouvoir les équipements d'échelle « Pays »**

- la mémoire industrielle récente : Musée et Parc de Wesserling
- le haut lieu historique et culturel de Thann (Engelbourg – Collégiale – Musée)
- La mémoire historique et militaire, avec le site du HWK et les projets qui l'accompagnent (à mettre en réseau avec d'autres sites hors du Pays)
- l'interprétation de la géologie particulière locale (Masevaux)
- La gastronomie et les traditions
- Les sites secondaires : parc minier de Steinbach et celui de Bourbach-le-Bas, moulin de Storckensohn

## **Objectif 1.2 : Revaloriser le « cadre de vie »**

---

### **Action 1.2.1. Aménager et réglementer les abords urbains et les routes**

- Améliorer l'aspect visuel des entrées de villes et réduire les nuisances visuelles et sonores liées à la route nationale (voir fiche technique développée)
- Créer une « route touristique » dans la vallée de la Thur qui permettent que les visiteurs évitent au maximum la Nationale et traversent les villages grâce à une signalétique touristique routière.
- valoriser les routes touristiques qui traversent le Pays (Routes de la Truite, des Vins, des Crêtes, Joffre) et les aménager (panoramas, aires de repos...)
- Lancer un schéma de signalétique à l'échelle du Pays (voir fiche technique développée).



### **Action 1.2.2. Multiplier les « transports touristiques »**

- Défendre, auprès des maîtres d'ouvrage du tramtrain, l'adjonction d'un espace vélos dans le Tramtrain le week-end
- Soutenir le développement du train touristique de la Doller et sa liaison à la gare de Cernay dans le cadre d'une plateforme multimodale
- Améliorer les modalités d'utilisation de la navette des crêtes, et la promouvoir efficacement, afin de rendre les crêtes beaucoup plus accessibles en toute saison

### **Action 1.2.3. Animer le territoire toute l'année**

- Créer un événement à vocation identitaire et touristique par saison, pour faire parler du Pays et remplir les hébergements : marché de Noël en décembre, compétitions et démonstrations liées au ski en février, événements liés à la randonnée au printemps, Jeu de la Passion en mars/avril, Feux de la St Jean en juin, festivals d'été ... etc. Beaucoup d'actions ont été mise en place depuis 10 ans. Les animations les plus efficaces vers les médias et les clientèles de proximité seront plutôt modestes, d'échelle locale, c'est-à-dire peu coûteuses mais à bonnes retombées d'image pour une clientèle locale et régionale.
- Relancer et multiplier les manifestations et compétitions sportives (dont mise en place de randonnées vélo sur les crêtes, cf. convention signée entre la Région et la Fédération du cyclotourisme)
- proposer des animations très fréquentes le soir, en saison (hiver et été)
- éditer un calendrier des manifestations à l'échelle du Pays, à destination des résidents et touristes



## AXE 2. SOUTENIR LES PRESTATIONS TOURISTIQUES PRIVEES POUR QUALIFIER ET ENRICHIR L'OFFRE

### Objectif 2.1 : Aider la requalification des hébergements et de la restauration, pour faire du Pays une destination de vacances

---

#### **Action 2.1.1. Diversifier les modes d'hébergement et multiplier le nombre de lits**

- Encourager le développement de hameaux de gîtes dans le Pays, en particulier prévoir dans le SCOT des espaces consacrés au développement de l'hébergement, notamment des hameaux de gîtes (voir fiche technique développée)
- Inciter à la diversification de l'offre, de l'hébergement rustique au haut de gamme, en passant par l'accueil à la ferme, les gîtes et hébergements collectifs, des aires de camping-car, des HLL et quelques hébergements originaux (roulottes)...

#### **Action 2.1.2. Améliorer le confort et la qualité des hébergements**

- Encourager la requalification des hôtels 2 et 3\* , les campings
- Créer un réseau de gîtes d'étape requalifiés sur les crêtes (voir fiche technique développée)

#### **Action 2.1.3. Soutenir la requalification et le développement d'une offre de restauration authentique et touristique à la fois**

- **Soutenir une dizaine de fermes auberges**, atout majeur pour une offre de restauration authentique et de qualité, pour passer aux normes exigées par le label national ; en contrepartie, elles devront respecter et entretenir leur environnement immédiat. Favoriser l'accessibilité handicapés.
- **Encourager les projets de création ou de requalification** de restaurants traditionnels et gastronomiques, mais aussi de **formules plus originales** valorisant les produits du terroir et la rencontre entre touristes et résidents : accueil à la ferme, tables d'hôtes
- **Former les professionnels** de la restauration à l'accueil touristique
- Favoriser les liens entre route des vins, vignobles et restaurants, notamment à Thann et Cernay



## Objectif 2.2 : Développer des prestations de loisirs et commerciales, sources d'attractivité et de revenus

---

### **Action 2.2.1. Développer des prestations de loisirs pour enrichir et diversifier l'offre**

- Encourager la création de **prestations annexes dans les hébergements** : espaces de **séminaires-réceptions** et d'hébergement collectif pour mariages, séminaires entreprises... (répond à une demande existante auprès des marchés de proximité, et multiplie les prescripteurs) ; **restaurants**, équipements de **remise en forme** (piscines, spa, hammam)...
- Soutenir le développement de **prestations de loisirs**, à destination des clientèles de proximité (accrobranche, prestations sur les lacs, centres équestres, cours...) et des vacanciers (guides de montagne, locations de VTT, stages nautiques, kayak, ...). Favoriser une spécialisation du Pays sur une offre d'initiation sportive diversifiée, pour tous niveaux

### **Action 2.2.2. Encourager les commerces et services à mieux accueillir les touristes**

- Favoriser des horaires et jours d'ouverture plus larges, notamment en saison : ouvrir les jours fériés, fermer plus tard le soir...
- Développer les commerces touristiques et l'artisanat d'art

## AXE 3 : TRAVAILLER ENSEMBLE POUR STRUCTURER L'OFFRE DU PAYS ET PROMOUVOIR SES ATOUTS

### Objectif 3.1 : Fédérer les acteurs touristiques du Pays

---

#### **Action 3.1.1. Redéfinir les missions touristiques du Pays**

- fixer les missions du Pays en matière de développement touristique et créer un poste d'animateur de pays (voir fiche technique développée)



- attribuer au Pays des missions d'animation, de coordination et de mise en cohérence du développement et de la promotion touristiques sur le territoire

### **Action 3.1.2. Proposer une meilleure coopération des partenaires publics et parapublics du Pays en matière de développement touristique**

- Développer dans chaque OT un « pôle d'excellence » au service de la promotion du Pays Thur Doller, tout en préservant les spécificités touristiques de chaque territoire intercommunal et sa promotion individuelle vers certains marchés (voir fiche technique développée)
- Rappeler à travers une charte les droits et devoirs des Communautés de communes et de leurs OT (répartition des compétences, conventions à préciser)

### **Action 3.1.3. Créer et animer un « club » de professionnels**

## **Objectif 3.2 : Promouvoir le Pays et commercialiser ses produits touristiques**

---

### **Action 3.2.1. Communiquer pour faire connaître les Vallées du Sud Alsace**

- Finaliser le nom et la signature touristique du Pays et les utiliser dans tous les documents sur l'offre (voir fiche technique développée)
- Editer des documents d'appel et d'accueil à l'échelle du Pays (voir fiche technique développée)

### **Action 3.2.2. Créer des outils de travail communs et développer des produits « Vallées Sud Alsace »**

- **Créer des points d'accueil en saison**, pour capter des clientèles venues pour un point spécifique d'attraction : lac, Markstein, vieil Armand (existe déjà)
- **Réaliser en interne un plan marketing**, en mobilisant les connaissances et expériences des offices et des professionnels, et en recueillant l'expérience de territoires similaires (Gérardmer-Bresse, Guebwiller, Kaysersberg, Munster...), pour mieux connaître le marché et la concurrence et mettre en œuvre des « bonnes pratiques »



- **Créer une centrale de réservation** commune, pilotée par Saint Amarin. Centrale modeste et prudente au début, avec pour objectif à moyen terme l'autofinancement. Principal produit : les meublés.
- **Créer des produits complets** de séjour par des brochures, vendables toute l'année ou spécifiques à une saison et à une durée : produits hivernaux autour du ski (carte multiloisirs), produits estivaux autour du village de gîtes et des loisirs de pleine nature, produits phares pour la randonnée, produits navette+hébergement pour les crêtes... Les produits peuvent être spécifiques pour : des clientèles de proximité, de court séjour, de passage, de séjour. Recueillir l'expérience de Gérardmer et de la Bresse + SIVU des Hautes Vosges, en matière de promotion/commercialisation. Proposer également des produits souples (carnets à souche, réductions...). **Mettre surtout l'accent sur les produits printemps-été** : la communication sur les produits hivernaux est déjà faite activement par les Syndicats mixtes du Ballon d'Alsace et du Markstein.

**Action 3.2.3. Vendre ensemble la destination et les produits « Vallées Sud Alsace »** (voir fiche technique développée)

- **Assurer une présence commune dans des salons touristiques de proximité** et le cas échéant, Nord de la France et de l'Europe (Belgique, Pays-Bas, Luxembourg).
- **Mener des relations presse régulières**
- **Mener des opérations de marketing direct à destination des professionnels du tourisme**
- **Utiliser internet** comme outil de vente, et les pratiques de vente à la dernière minute

**Objectif 3.3 : travailler en partenariat pour se vendre à la bonne échelle**

---

**Action 3.3.1. Travailler avec les partenaires touristiques institutionnels et parapublics**

- travailler activement avec l'ADT Haut Rhin
- se faire connaître en tant que Vallées du Sud Alsace dans les documents du Comité Régional du Tourisme d'Alsace



- mettre en place des partenariats marketing sur différents marchés et niches, pour vendre des « marques » ou des « zones » d'intérêt touristique : massif des Vosges, Ballon d'Alsace, territoire de Belfort, département des Vosges, lieux de mémoire, route romaine, etc.
- Insérer le Markstein dans l'offre Ski des Vosges

### **Action 3.3.2. Travailler avec des partenaires privés motivés**

- organiser chaque année, pour les acteurs touristiques du Pays, des journées découverte du territoire, de ses équipements et de ses prestations (« éducteurs »). Objectif : favoriser les renvois de clientèle sur le territoire pour favoriser la consommation, par les visiteurs, de prestations et de produits sur le territoire même
- engager un partenariat avec des prestataires touristiques privés, qui assurent eux-mêmes leur promotion (présence salons), pour en faire des « ambassadeurs » actifs du Pays sur certains marchés
- proposer la formation de groupements de professionnels qui assureront la présence sur certains salons en se promouvant et en diffusant l'offre du Pays (financement partiel par le Syndicat mixte).
- Faire un programme annuel de la présence sur les marchés.



ERROR: syntaxerror  
OFFENDING COMMAND: --nostringval--

STACK:

/Title  
(  
/Subject  
(D:20060721164701)  
/ModDate  
(  
/Keywords  
(PDFCreator Version 0.8.0)  
/Creator  
(D:20060721164701)  
/CreationDate  
(ludo)  
/Author  
-mark-