

# 2020-21

---

## Rapport d'activités & orientations de la vallée de la Bruche

---

Une vallée qui fait  
des déplacements doux,  
une priorité et de la  
« lenteur », une valeur.



---

[valleedela  
bruche.fr](http://valleedela-bruche.fr)

Alsace  
Massif  
des Vosges

---

[rando-bruche.fr](http://rando-bruche.fr)

---





# 2020-21

**Si tu n'arrives pas à penser, marche ;  
si tu penses trop, marche ;  
si tu penses mal, marche encore.**

Jean Giono

---

- 5 **Édito**
- 8 **Stratégie touristique**

## **1** — **L'aventure à côté de chez moi, en train, à pied, à vélo...**

- 13 À vélo
- 15 À pied

## **2** — **La nature et la culture, sources de reconnexion et d'accomplissement**

- 19 Mémoire, Histoire et Culture
- 22 Nature

## 3 — **La rencontre, celle qui donne tout son sens au voyage**

- 27 La rencontre
- 29 Les savoir-faire : la main de l'homme magnifiée
- 30 Innover, tester : les offres touristiques
- 31 La communication
- 32 La vallée, fiers de la représenter
- 33 Nos sites Internet de destination
- 38 Communication de la relance
- 42 Banque d'images en ligne
- 42 La presse
- 45 Les réseaux sociaux et avis clients

## 4 — **Oser se réinventer et s'en donner les moyens**

- 55 Spécial Covid 2020
- 59 L'office de tourisme durant le confinement
- 63 L'accueil individuel des porteurs de projets
- 65 La taxe de séjour, un nouveau levier de développement face à la crise
- 67 Une ambition pour demain
- 69 Conseil d'administration
- 70 Au cœur de l'action
- 72 Bilan et budget

- 
- 76 **Joindre nos forces : adhérer**  
Bulletin d'adhésion
-



Le rapport d'activités de 2019 commençait par ces mots : «la vallée que nous construisons est celle dont nous rêvons pour 2020»... prémonitoire ? Même dans nos rêves les plus fous, nous ne pouvions imaginer combien 2020 bouleverserait, non seulement nos vies, notre économie, notre manière de travailler, mais aussi notre façon d'appréhender le monde, de vivre nos relations sociales et en particulier, notre manière de voyager...

**Le 16 mars a marqué le début d'une nouvelle ère** dont nous sommes sûrement loin de mesurer toutes les conséquences au moment où nous rédigeons ces lignes. Il nous a fait basculer dans l'inconnu, a ébranlé nos certitudes. Passé le moment de sidération, nous avons, dans un premier temps, basculé dans l'urgence de la préparation d'une reprise que nous croyions proche, avant de comprendre que nous nous inscrivions dans le temps long.

Le sentiment d'impuissance nous a gagné et c'est dans l'échange individuel avec nombre de nos partenaires que nous avons puisé la force de nous réinventer solidairement, de partager des bons plans, de nous soutenir réciproquement, de préparer la réouverture en faisant de chaque étape, une petite victoire collective.

La création du film **Tout près, tous prêts** est à l'image de cette solidarité des gens de Bruche. « Il a fait un carton » et a montré, aux yeux de tous, notre capacité de résilience. **Nous pouvons en être fiers.**

**La saison estivale a été exceptionnelle, elle a révélé combien notre positionnement et les choix que nous avons faits ont été en adéquation avec les aspirations du moment :**

- **Cultiver notre différence pour en faire une force.**  
Puiser dans les racines de notre histoire et se reconnecter avec humilité à la nature.
- **Oser et être capable de se réinventer par « amour du client » et de notre métier,** ne s'interdire aucune remise en cause, ni de nos gouvernances, ni de nos organisations.
- **Faire de la vallée de la Bruche une destination « sans voiture » :** une vallée qui fait des déplacements doux, une priorité et du « slow tourisme », une valeur.
- **Entretenir et partager la fierté d'appartenir à cette vallée et cultiver ensemble « l'art de la rencontre »** qui donne tout son sens au voyage.

**L'automne nous a replongé dans un second confinement difficile à vivre,** malgré les nombreuses mesures de soutien. L'incertitude avec son corollaire la « peur » a révélé parfois le pire et le meilleur. C'est dans l'adversité que se mesure le degré d'humanité.

**Des initiatives solidaires exceptionnelles en faveur du tissu économique local ont émergé,** comme celle de l'entreprise Mécatherm et de son CSE, des dons aux plus vulnérables ont été réalisés par plusieurs établissements, des soutiens entre professionnels sont apparus, des collaborations ont vu le jour.

**Toutefois, dans un secteur économique aussi durement touché que le tourisme, plus que jamais le danger du repli sur soi guette...** Cette situation a pourtant démontré par l'absurde notre interdépendance : « l'écosystème du tourisme » a besoin de tous ses musiciens pour faire une symphonie : musées, professionnels de la montagne, restaurateurs, hôteliers, commerçants, agriculteurs, artisans, office de tourisme...

**Le dialogue est, plus que jamais, nécessaire pour se comprendre et renouer avec la confiance en un avenir désirable.** Le sens de la responsabilité individuelle et collective doit nous mobiliser pour reconstruire une forme de tourisme plus humain et plus responsable. Les lendemains seront sûrement différents, les solutions naîtront de notre capacité à nous battre ensemble.

**Notre territoire, bien structuré, proche de bassins de population denses, dont le positionnement est en adéquation avec les tendances du marché, a de nombreux atouts.** Il attire des entrepreneurs et a pour ambition de se donner de nouveaux moyens par le biais de l'instauration de la taxe de séjour à l'échelle de toute la vallée, pour faire plus et mieux ensemble...

## **Notre défi est d'en faire collectivement une chance...**

**Anne-Catherine Ostertag**  
*Directrice*

**Nicolas Decker**  
*Président*

valleedela  
bruche.fr

Alsace  
France

  
MASSIF DES VOSGES  
mille envies de découvertes



# Synthèse

**Stratégie touristique  
de la vallée de la Bruche,  
le tourisme fédérateur  
d'attractivité.**

## Axe 1

**Spatialité et mobilité :  
en 2028, la vallée de la Bruche  
sans ma voiture.**

## Axe 2

**Et si notre différence était  
notre force ? Cultivons  
ce qui nous rend unique !**

**Axes  
stratégiques** ←  
en 4 points

## Axe 3

**La vallée de la Bruche,  
une marque revendiquée  
par tous, source de fierté  
et d'innovation.**

## Axe 4

**Se donner les moyens  
de son ambition  
et ré-inventer gouvernance  
et organisation.**



## Thématiques dominantes

- parcours sans couture pour visiteurs et touristes,
- valorisation des richesses culturelles et artistiques locales
  - mobilité douce,
  - grands sites culturels,
  - tourisme contemplatif.

## Ambition

Développer une offre touristique innovante et performante, en adéquation avec les marchés, en prise avec les ressources locales, qui bénéficie également aux habitants.

## Positionnement de la vallée de la Bruche

## Positionnement

- émotionnel,
- accomplissement personnel,
  - innovation,
  - nature & culture.

# 2028

## Marchés & cibles

- le senior belge,
- la famille ski de Strasbourg,
  - le senior randonneur,
- l'amateur de belles routes,
  - le prestataire touristique,
    - l'habitant,
- le commerçant habitant.

valleedela  
bruche.fr

Tarifs  
2020  
2021

Découvrez la nouvelle brochure  
présentant les offres  
à vélo à assistance électrique  
de l'office de tourisme :

# Vélo

Spa | Terroir | Histoire | Nature

Et si vous décidiez de vous  
faire plaisir ? 8 journées  
à la carte... Choisissez !



**Croq'  
vélo**

**Croq'  
terroir**

**Roulez  
goûtez**

**Histo'  
vélo**

**Vel'ness & cie°**



Téléchargez la brochure :

[bit.ly/velnesscie](https://bit.ly/velnesscie)



« La marque nationale Accueil Vélo est mise en place sous l'égide de France Vélo Tourisme par les organismes touristiques locaux afin de réserver le meilleur accueil aux cyclistes partout en France ».

L'usage de la marque Accueil Vélo est réservé aux établissements touristiques situés à moins de 5 km d'un itinéraire cyclable, proposant des activités et services adaptés aux touristes à vélo. Ceux-ci doivent notamment remplir l'ensemble des critères obligatoires du référentiel de qualité « Accueil Vélo » correspondant à leur domaine d'activité.

Pour les cyclotouristes, « Accueil Vélo » est donc un label qui permet d'identifier le plus simplement possible tous les établissements et les lieux adaptés à la pratique du tourisme à vélo. Elle est, pour les voyageurs à vélo, le gage de qualité et l'assurance de disposer de tous les équipements adaptés pour leur monture.



# 1 / 4

L'aventure  
à côté  
de chez moi  
en train, à pied, à vélo...

- À vélo
- À pied



# L'aventure à côté de chez moi, en train, à pied, à vélo...

Redécouvrir par la contrainte, que le voyage est au bout du chemin, comprendre par l'absurde qu'il n'est nul besoin systématique de traverser la planète pour vivre l'aventure, 2020 a été pour beaucoup, à l'origine d'une prise de conscience.

Une chance, peut-être, pour des vallées comme la nôtre, qui bénéficie d'une clientèle de proximité fidèle, d'un marché intérieur français plutôt acquis à notre région et d'une offre de slow tourisme en adéquation avec « l'appel de nature ». Nature, dont le manque s'est fait si cruellement ressentir. Une opportunité à transformer en véritable « service client » pour que le déplacement fasse intégralement partie du « plaisir de voyager ».

## La rapidité est sublime, la lenteur majestueuse...

Antoine de Rivarol

---

# À vélo en 2020

- **L'inauguration de l'itinéraire cyclable**, le 19 juillet 2020.

37 km de piste, de Saâles à Urmatt, en partie en site propre ou partagé. Un équipement très attendu, réalisé par la CEA, qu'il nous appartient désormais de valoriser par la création d'aménagements autour de la piste cyclable... un chantier qui s'échelonne sur plusieurs exercices.

- **Roulez goûtez & Histo'vélo.**

Le printemps 2020 coïncide avec le lancement de 2 nouvelles offres autour du vélo à assistance électrique (VAE) de nouvelle génération. **Roulez goûtez :** 1/2 journée VAE + goûter possible auprès de 10 prestataires & **Histo'vélo :** 1 journée VAE + déjeuner + billet Duo pour la visite du Struthof et du Mémorial Alsace Moselle.

- Édition d'une brochure des offres

**Vélo « Spa | Terroir | Histoire | Nature » :** nous avons édité un dépliant de promotion/vente, reflet de la palette de l'ensemble de nos offres, imprimé à 5 000 exemplaires.

- **Développement des supports de randonnée vélo :** 40 parcours

disponibles au format numérique GPX et 15 disponibles au format PDF (topoguides imprimables).

## Nous prévoyons en 2021 :

- Le déploiement de la solution de **guidage GPS** pour nos offres vélos.
- **Le guidage audio** avec prêt de matériel pour les offres de location de VAE.
- La définition d'un **partenariat** avec les communes : modalités d'entretien et de veille de la piste cyclable.
- **Le développement des parcours VTT et vélo de route** en format numérique GPX.
- **La mise à disposition de nouveaux** topoguides de **parcours vélo** au format PDF (10 parcours supplémentaires prévus pour 2021).
- **La version allemande de 15 topoguides de parcours vélo** au format PDF.
- L'étude de la mise en tourisme de la **piste cyclable** : signalétique, communication...

- Le renforcement du travail partenarial avec les autorités en charge des transports pour témoigner de notre attachement à **ligne ferroviaire Strasbourg - Saint-Dié**, au moment où se prépare son ouverture à la concurrence.
- La participation au **contrat de réciprocité** entre l'Eurométropole de Strasbourg et la communauté d'agglomération de Saint-Dié.
- **Promotion du label Accueil Vélo.**
- **« 100 km autour de Strasbourg »** : partenariat ADT/ vallée de la Bruche de visibilité pour l'offre cyclable avril 2021.
- Préparation d'un évènement autour de l'offre cyclable reporté en 2022, voir **Printemps de la forêt**.



# RANDONNER « SANS LAISSER DE TRACES »

## Les 8 règles d'or

**Randonneurs, responsables et respectueux de votre environnement, vous partagez les sentiers de la vallée de la Bruche, partagez aussi nos valeurs : le respect de la nature et des autres randonneurs.**

1. Préparez votre itinéraire et équipez-vous.
2. Randonnez uniquement sur les sentiers.
3. Rempotez tous vos déchets.
4. Laissez la nature intacte.
5. Évitez les feux.
6. Refermez les clôtures des pâtures et passez sans perturber les animaux.
7. Montrez-vous discrets, respectez la vie sauvage.
8. Soyez attentifs aux autres usagers, la marche n'en sera que plus sympathique.

# À pied en 2020

**La randonnée a connu, en 2020, un intérêt sans précédent.** Grâce au travail de fourmi réalisé depuis des décennies par les associations du Club Vosgien, nous avons, dans la vallée de la Bruche, largement anticipé cet engouement, au travers de nombreuses initiatives : telles les Sentiers Plaisir®, les balades thématiques, ludiques, les balades autour des fermes-auberges, le site de randonnée...



— **Labellisation du GR® 5 obtenue. Le label « Leading Quality Trails - Best of Europe »** a été décerné au GR® 5 qui

traverse notre vallée de part en part. Il distingue la qualité supérieure de parcours de randonnée au niveau européen. À relever que le GR® 5 est le premier itinéraire labellisé en France, alors autant le revendiquer !

— **Le site [rando-bruche.fr](http://rando-bruche.fr)**

• **Amélioration de l'ergonomie du site** pour une meilleure expérience client et **développement de nouvelles randonnées**. Parcours disponibles au format numérique GPX : 80 circuits en boucle (randonnées pédestres & balades poussettes/fauteuils). Documents d'accompagnement des parcours (topoguides, livrets thématiques ou brochures) disponibles au format PDF imprimable : 4 fiches poussettes/fauteuils (1 topoguide et 3 brochures), 8 livrets de parcours thématiques,

64 topoguides et 2 brochures de randonnée pédestre en boucle.

- **Création de la rubrique balades fraîcheur** : en sous-bois, près des ruisseaux, des cascades ou des fontaines.
- **Traductions pour la version allemande du site** : 22 topoguides de randonnée en boucle traduits.

— **Fermes-auberges** : affichage de QR-codes dans les fermes (test à la ferme-auberge de la Perheux et du Ban de la Roche) pour suggérer des parcours autour des fermes-auberges. Mise en place de liens avec le site des fermes-auberges d'Alsace : [fermeauberge-alsace.com](http://fermeauberge-alsace.com).

— **Collaboration avec « Vosges qui peut »** promotion de randonnées : [vosgesquipeut.fr](http://vosgesquipeut.fr).

— **« Partagez nos sentiers mais aussi nos valeurs »** tel est le slogan en tête d'un code de bonne conduite proposé à nos visiteurs dans nos différents supports... dès 2020. Dans les Sentiers Plaisir®, notamment.

## En 2021 nous prévoyons :

– **Le déploiement de la communication pour la protection de nos espaces afin de partager cette ambition avec le plus grand nombre :**

**« Partagez nos sentiers mais aussi nos valeurs »**

– **vogesenwandern.de :**

• **Lancement de la version 100 % en allemand de notre site de randonnée :** le premier site intégralement traduit en Alsace.

• **L'amélioration du référencement** figurera parmi nos priorités.

• **À partir du site de randonnées, création de déclinaisons :**

→ proposition de création de carnets de rando **« au départ de »** et d'un carnet **« Top 10 des balades emblématiques »**,

→ création de nouvelles thématiques,

→ développement des parcours poussettes/fauteuils,

→ développement des parcours trails,

→ développement des parcours raquettes,

→ enrichissement des parcours numériques GPX et des topoguides au format PDF d'informations pratiques, culturelles, gastronomiques,...

→ la poursuite de l'édition en version allemande de topoguides de parcours de randonnée pédestre au format PDF (25 topoguides supplémentaires en allemand prévus pour 2021),

→ correction et mise à niveau de toutes les fiches, au fur et à mesure,

→ proposition de mise en avant des manifestations autour de la randonnée.

• **Collaboration avec le magazine « Balade » pour la parution d'un rédactionnel et d'une suggestion d'itinéraire en mars 2022, thème : balades entre montagne et vignoble avec le territoire du Pays de Sainte Odile.**

• **Projet de création d'une table d'orientation à la Perheux.**

• **Tables tactiles :** suivi du projet coordonné par l'ADT à l'échelle du massif des Vosges pour la mise en place de tables tactiles permettant aux touristes de sélectionner un itinéraire prévisualisé sur la table tactile.



# 2 / 4

## La nature et la culture

sources de reconnexion  
et d'accomplissement

- Mémoire, Histoire et Culture
- Nature



# La nature et la culture, sources de reconnexion et d'accomplissement

Aussi vitale que l'air et l'eau, l'année 2020 a montré combien la nature est indispensable à notre épanouissement et à quel point la culture est un « bien essentiel » qui donne du sens à nos vies... À cet égard, dans un monde en perte de repères et de sens, notre vallée « frontière » a tant de choses à nous apporter. Cette Alsace vosgienne où nature et culture enrichissent un voyage personnel, est source d'accomplissement.

18

Le tourisme que l'on y pratique est un tourisme de sens, de ressourcement, de reconnexion avec la nature. Il nous faut protéger ces biens précieux que sont nos espaces naturels et nos forêts, défendre ceux qui les cultivent et nous nourrissent et faire partager cette exigence de sobriété et de respect avec nos hôtes de passage et en séjour. La montagne et la nature ont leurs codes de bonne conduite, à nous de faire adhérer nos hôtes à ces valeurs que nous faisons nôtres.

---

# Mémoire, Histoire et Culture en 2020

- **« 4 sites - une Histoire » - événement pour la réouverture conjointe des sites** : l'office de tourisme a proposé et coordonné la communication pour faire de la réouverture des sites un évènement : une journée dédiée aux professionnels confinés pour leur permettre de découvrir ou redécouvrir les sites et une communication conjointe qui nous a valu de bénéficier d'une couverture presse et TV.
- **Signalisation sur le Grand contournement ouest de Strasbourg** : une action concertée des trois sites de mémoire, soutenue par l'office de tourisme et la Communauté de communes, a permis d'obtenir un panneau autoroutier sur le GCO.
- **Action collective relative aux visites scolaires** : courrier adressé à Madame la Préfète pour solliciter un allègement des dispositions relatives aux visites scolaires dans les sites de mémoire.
- **Billet Duo** : La formule entrées combinées Mémorial-Struthof valable un an a été relancée.

Elle comporte deux options : l'achat sur le premier site de visite, donne un tarif réduit sur le second ou achat combiné à l'office de tourisme à 13 euros pour les deux sites.



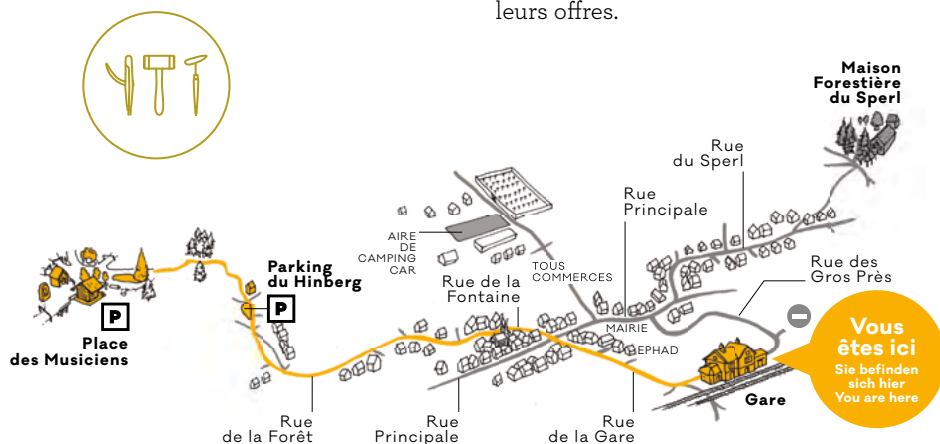
- **Nouvelle offre « Histo'velo »** voir page 10 et page 13.

- **Musée Oberlin** : projet de construction d'un lieu de séminaire ajourné, à la demande de la Communauté de communes.
- **Inscription du Petit Donon au titre des Grands sites** : réunion publique réalisée, dossier finalisé, mais inspection reportée pour raison de Covid.
- **Sentier des géants Lutzelhouse et Wisches** : création de 5 itinéraires, livret dédié et mise en place de plans des sentiers des Géants du Nideck aux gares et sur site, en partenariat avec les communes de Wisches et Lutzelhouse (voir ci-contre).

## Des projets pour 2021 :

- **Route de la libération de l'Europe** : notre vallée s'est positionnée avec le Mémorial et le Struthof afin de bénéficier de ce partenariat ADT pour tournage d'un film en avril 2021, et pour une visibilité accrue de notre territoire sur le site internet [liberationroute.fr](http://liberationroute.fr).
- **Petit Donon et sentier des déportés** : projets de livrets dans la collection des sentiers à thèmes.
- **Billet Duo** : nouvelle formule de billetterie combinée à 14 euros pour les deux sites, valable un an.
- **Visites guidées thématiques, Escape Game...** réflexion et appui aux sites de visite pour renouveler leurs offres.

20



> L'un des plans d'accès depuis la gare de Lutzelhouse. Illustrations de Bastien Massot : batchou.com.



# Les Sentiers des Géants

Die Riesenpfade · 'Les Sentiers des Géants' paths

Les Sentiers des Géants ou des Géants are ring benches of prehistoric construction, 4 to 8 ft or 20 to 40 cm in diameter and made of natural stone. They consist of a maximum of 12 stones arranged in a circle or in a semi-circle.

The stones are aligned along the length of the prehistoric passage and are intended for natural diffusion and/or for the passage of water. The stones are arranged in a circle or in a semi-circle. The stones are arranged in a circle or in a semi-circle. The stones are arranged in a circle or in a semi-circle.

Die Riesenpfade lassen sich in 3 unterschiedliche Kategorien einteilen: Ringsteine von 4 bis zu 8 m Durchmesser, 20 bis 40 cm im Durchmesser und bis zu 12 Steinen.

Die Steine sind entlang der Länge der prehistorischen Passage angeordnet und sind für die natürliche Diffusion und/oder für den Wasserdurchgang vorgesehen. Die Steine sind in einem Kreis oder in einem Halbkreis angeordnet. Die Steine sind in einem Kreis oder in einem Halbkreis angeordnet.

The stones are aligned along the length of the prehistoric passage and are intended for natural diffusion and/or for the passage of water. The stones are arranged in a circle or in a semi-circle.

The stones are aligned along the length of the prehistoric passage and are intended for natural diffusion and/or for the passage of water. The stones are arranged in a circle or in a semi-circle.

### Lutzelhouse · In situ 1

**Accès au départ depuis la gare:**

Office de tourisme de la vallée de la Bruche  
03 83 47 81 51  
willeredo@bruche.fr

### Lutzelhouse · In situ 2

**Accès au départ depuis la gare:**

Office de tourisme de la vallée de la Bruche  
03 83 47 81 51  
willeredo@bruche.fr



# Les Sentiers des Géants

Die Riesenpfade · 'Les Sentiers des Géants' paths

**Roche Solitaire 1**

Depart: 4 km path Wiltzen

Distance: 2.5 km

Duration: 1h 15

Office de tourisme de la vallée de la Bruche  
03 83 47 81 51  
willeredo@bruche.fr

**Roche Solitaire 2**

Depart: 4 km path Wiltzen

Distance: 2.5 km

Duration: 1h 15

Office de tourisme de la vallée de la Bruche  
03 83 47 81 51  
willeredo@bruche.fr

**Roche Solitaire 3**

Depart: 4 km path Wiltzen

Distance: 2.5 km

Duration: 1h 15

Office de tourisme de la vallée de la Bruche  
03 83 47 81 51  
willeredo@bruche.fr

Les Sentiers des Géants ou des Géants are ring benches of prehistoric construction, 4 to 8 ft or 20 to 40 cm in diameter and made of natural stone. They consist of a maximum of 12 stones arranged in a circle or in a semi-circle.

Die Riesenpfade lassen sich in 3 unterschiedliche Kategorien einteilen: Ringsteine von 4 bis zu 8 m Durchmesser, 20 bis 40 cm im Durchmesser und bis zu 12 Steinen.

The stones are aligned along the length of the prehistoric passage and are intended for natural diffusion and/or for the passage of water. The stones are arranged in a circle or in a semi-circle.

The stones are aligned along the length of the prehistoric passage and are intended for natural diffusion and/or for the passage of water. The stones are arranged in a circle or in a semi-circle.



# La nature en 2020

## — Champ du Feu

- **Ouverture hivernale 7j/7 du 19 décembre 2020 au 7 mars 2021** : malgré les nombreuses contraintes sanitaires, l'ouverture du bâtiment et des sanitaires a permis à tous les acteurs économiques du site de travailler. **13 846 personnes accueillies dans le bâtiment. 1344 personnes accueillies à l'office de tourisme, de décembre à mars (+ 14,5 % par rapport à 2019-2020).**

- **Une couverture média exceptionnelle** : le Champ du Feu a bénéficié de plusieurs reportages aux JT de TF1, France 3.

- **Ouverture salle hors sac pour les groupes scolaires : 4 453 enfants accueillis avec 479 accompagnateurs.**

- **[reservation.lechampdufeu.fr](https://reservation.lechampdufeu.fr)** : système de réservation mis en

place par l'office de tourisme pour accueillir les écoles hors vacances scolaires jusqu'au 19 février 2021, puis pour les centres aérés.

- **Bureau du Champ du Feu** : pendant la période hivernale, l'office de tourisme accueille les visiteurs en station les mercredis, samedis et dimanches et 7j/7 durant les vacances scolaires.

- **Point Champ du Feu** : une visio-conférence hebdomadaire pour partager et coordonner les activités de tous les acteurs de la station avec la CEA, les services de l'État, proposée par l'office de tourisme durant toute la saison.

## — Le Printemps de la forêt :

initialement prévu en 2021, il est reporté au 21 et 22 mai 2022. Cet événement, auquel l'office de tourisme est pleinement associé, met à l'honneur la forêt, le bois et tous les métiers qui s'y rapportent le long de l'axe ferroviaire et cyclable de la vallée. C'est aussi une fête des mobilités douces s'inscrivant dans la coopération avec l'Eurométropole de Strasbourg et la Communauté d'Agglomération de Saint-Dié.

→ [#leprintempsdelaforet](https://twitter.com/leprintempsdelaforet)

→ [www.facebook.com/leprintempsdelaforetbruche](https://www.facebook.com/leprintempsdelaforetbruche)

→ [leprintempsdelaforet.com](https://leprintempsdelaforet.com)



— **Stratégie famille massif des Vosges** : notre office de tourisme est engagé depuis plus de sept ans dans la filière massif des Vosges en famille. Le succès de nos offres famille ne se dément pas. La poursuite de la coopération pour le développement de nouvelles offres nous mobilise.

— **Jeu de piste Rose et Louis à La Broque** : en partenariat avec la commune de La Broque, maître d'ouvrage, l'office de tourisme a contribué à :

- la **conception et rédaction de l'histoire**,
- la **conception du mobilier** réalisé par la commune,
- la **création et la diffusion d'un document** édité à 4 000 exemplaires.

— **Rose et Louis à Waldersbach** : réimpression du jeu de piste

— **Vacances ludiques pour les loustics** : une programmation d'animations pour les familles de proximité, basée sur une palette d'offres, a été proposée pour les vacances scolaires d'automne. Elle a connu un vif succès en particulier auprès des grands-parents en « manque » d'activités à pratiquer avec leurs petits-enfants.

- **Communication presse,**
- **campagne de spots radio.**



## Des projets pour 2021 :

- **Tour du Champ du Feu** : la rénovation de la tour par la commune de Bellefosse pourrait faire l'objet, en 2021, d'une communication autour de sa restauration et sa réouverture.
- **Études d'aménagement du Champ du Feu** : stratégie touristique/trame verte et bleue... L'office de tourisme est associé aux différentes études portées par la CEA.
- **Document de promotion de la randonnée** : une présentation synthétique de toutes nos offres autour de la randonnée nous permettrait de nous positionner comme une destination Nature à part entière et de faire mieux connaître ses atouts.
- **Poursuite de la démarche famille**.
- **Rose et Louis à Waldersbach** : l'enjeu, mieux identifier le départ notamment par la mise en place d'un distributeur de documents à proximité du musée J-F. Oberlin.
- **Jeu de piste** : une version numérique de jeu de piste « Pistes et Trésors » pourrait être envisagée en partenariat avec ADT.
- **Balades familles** : réimpression des documents balades familles.

---

> L'équipe de l'office de tourisme, préparant le parcours Rose et Louis à Waldersbach.





# 3 / 4

## La rencontre, celle qui donne tout son sens au voyage

- La rencontre
- Les savoir-faire : la main de l'homme magnifiée
- Innover, tester : les offres touristiques
- La communication
- La vallée, fiers de la représenter
- Nos sites internet de destination
- Communication de la relance
- Banque d'image en ligne
- La presse
- Les réseaux sociaux et avis clients



# La rencontre, celle qui donne tout son sens au voyage

En 2018, notre carte de vœux reprenait cette citation d'une grande voyageuse, Alexandra David-Néel : « Voyager sans rencontrer l'autre, ce n'est pas voyager, c'est se déplacer ». C'est dans l'échange, le partage, la rencontre que réside la vraie valeur du voyage... On se souvient de l'émotion procurée par un monument, un paysage, mais on revit indéfiniment la richesse d'une rencontre exceptionnelle. Elle enrichit par la différence, permet de se découvrir soi-même, interroge sur sa propre culture...

26

**Chaque habitant de la vallée de la Bruche porte l'identité de son territoire et en est l'ambassadeur, tout comme il peut s'enrichir de la rencontre avec nos hôtes de passage.** Les Sentiers Plaisir® en sont la plus parfaite illustration, depuis plus de 32 ans sans interruption, même face à la Covid en 2020...

Fédérer les acteurs du tourisme et les habitants de la vallée de la Bruche autour de la fierté d'en être ou d'y appartenir et d'incarner son slogan « L'accueil est dans notre nature »... **Reste à le faire et le faire savoir.**

# La rencontre en 2020



— **Les Sentiers Plaisir® : ils caractérisent la chaleur de l'accueil des habitants de la vallée de la Bruche...** en 2020, alors que le programme tant attendu était prêt à partir à l'impression, la vie s'est arrêtée... après un long moment de doute, les Sentiers Plaisir® se sont tenus, malgré l'adversité, dans le respect des contraintes sanitaires et sur réservation... Des risques pris en compte, deux fois plus de travail... mais le jeu en valait la chandelle. L'enthousiasme des animateurs et le plaisir des participants ont fait soulever des montagnes... la 31<sup>e</sup> édition s'est tenue avec 80 sorties et 1030 participants. 620 km cumulés, soit le trajet Strasbourg-Marseille !

— **RV à la ferme, chez le relieur, le scieur, à la synagogue :** les «RV avec » se sont, eux aussi, tenus **grâce à l'engagement de tous et beaucoup d'inventivité** pour les adapter au contexte. En 2020, il y a eu 40 RV et 450 participants.

— **Marché des producteurs à Strasbourg :** à situation **exceptionnelle, moyens exceptionnels...** nos visiteurs viendront de proximité cet été 2020 ! Qu'à cela ne tienne, nous avons renoué avec des moyens simples mais efficaces pour les rencontrer sur les marchés de Strasbourg, aux côtés de nos producteurs les samedis 27 juin, avec Jean Vogel et 4 juillet, avec la ferme de Malplaquet. Un accueil chaleureux et intéressé, grâce au soutien de la municipalité.

— **La plateforme activites.decathlon.fr** permet aux professionnels du sport ou aux particuliers de communiquer sur leurs sorties. **Nous avons saisi cette opportunité pour faire connaître nos Sentiers Plaisir®** et bénéficier de la puissance de communication de Décathlon.



## – Les Expériences

**Buissonnières®** : Cet autre « marqueur » de notre offre touristique nous distingue par la part belle qu'il fait à la rencontre, au temps partagé, à « l'être » plutôt qu'à « l'avoir », au participatif plutôt qu'au contemplatif. Déposé comme une marque, le concept plaît.

- **En 2020 une nouvelle expérience s'est ajoutée aux 5 existantes** : « Nicolas et Stéphanie murmurent à l'oreille des juments ».
- Une **nouvelle brochure** a été créée pour présenter l'intégralité de l'offre.
- **Reste à « faire décoller » les ventes** par la vente en ligne notamment. L'adaptation de notre site internet, la future plateforme **VisitAlsace** et celle de l'**ARTGE** devraient permettre d'y contribuer.

## En 2021 :

– **L'humain au cœur de nos offres :**

- **Les Sentiers Plaisir® et les RV** seront reconduits dans la mesure où les dispositions sanitaires le permettront. Dans la continuité de l'esprit de générosité qui les caractérisent mais aussi, dans le renouvellement et la diversification des thématiques.
- **Les Expériences Buissonnières®** seront relancées dès que possible et leurs ventes boostées par la vente en ligne.

# Les savoir-faire : la main de l'homme magnifiée

- **La boutique** : les productions locales sont autant de reflets des compétences et des savoir-faire. Ils nous servent d'ambassadeurs quand nous les emportons sur des opérations de promotion et de fierté locale ou lorsque touristes et locaux viennent puiser à la boutique des sources d'inspiration de cadeaux. Exigeants quant à la sélection et l'origine des produits, soucieux de leur mise en valeur, nous renouvelons nos propositions au gré des saisons. En 2020, la boutique a pleinement répondu à la tendance de fond d'acheter local et responsable. En décembre 2020 : avec l'ouverture 7/7j, à l'exception du 25-26 décembre, un client sur deux a acheté, pour un panier moyen de 48,30 €.

## Dans la continuité :

- Nous allons diversifier nos gammes **made in Vallée de la Bruche, made in Alsace** et ajouter du **made in Vosges** sans rien céder à la qualité des sélections.
- Développer une **boutique en ligne et les suggestions de**

**paniers/box** de produits locaux et inciter les habitants de proximité à consommer local.

- Offrir de la visibilité à nos partenaires par la **mise à disposition individuelle ou collective de nos vitrines**.
- **Mettre en avant des producteurs** : portraits d'ambassadeurs de la destination.
- **Renforcer le partenariat avec les commerçants et l'association Proval**, à l'instar des actions collectives de confinement, de la vitrine de Noël 100 % locale et du jeu concours.
- **Poursuivre le partenariat avec la Fédération des Artisans et Producteurs** sur les marchés alsaciens.



# Innover, tester : les offres touristiques

La vallée de la Bruche assume son positionnement d'un tourisme orienté vers la nature, la culture et la dimension humaine du voyage, privilégiant et affirmant sa volonté d'en faire une destination sans voiture. Pour donner corps à ce positionnement, il faut sans cesse innover et adapter l'offre par des services différenciants. L'office de tourisme peut être, par le soutien que lui apporte la collectivité publique, ce lieu où l'on imagine, expérimente, adapte des offres innovantes en phase avec le marché.

**En 2020 :** Le contexte a lourdement impacté la capacité pour les clients à se projeter dans l'avenir et donc, à acheter ou offrir des produits touristiques. Nos ventes ont connu une courbe descendante hormis les offres VAE à la journée (à l'exception de Vel'ness).

**En 2021,** nous voulons nous attacher à :

- Adapter notre outil de vente pour le rendre **plus performant**.
- Développer la vente en ligne par le biais d'une **refonte partielle de notre site internet**.
- Mener quelques **actions marketing ciblées**.



**Rejoignez nos forces !**

Devenez partenaire privilégié  
de l'office de tourisme  
et bénéficiez de nombreuses  
prestations !

**Voir page 64.**

# La communication en 2020

À ce chapitre, l'année dernière nous écrivions : « Il faut se rendre visible par tous les moyens, faire parler de soi, ne pas se faire oublier, entretenir une relation de confiance avec nos clients pour continuer de les surprendre et de les rassurer »... Nous n'imaginions pas combien cette circonstance inédite de la pandémie corroborerait ces propos. Nous y avons mis toutes nos forces et notre imagination. Nous n'avons rien pu faire de ce que nous avons programmé et désespérions devant l'incertitude de savoir quand et comment il fallait communiquer tant l'avenir était et est encore incertain.

Nous avons tout de même édité, de manière éphémère, des livrets d'animations ou d'informations pratiques sur la restauration, portant sur des périodes précises (Noël, vacances scolaires,...) dans le but de soutenir les professionnels du tourisme dans la vallée, à destination des habitants autant que de nos visiteurs :

- Livret « Journée du Patrimoine », édité en 100 exemplaires papier et 65 consultations web.
- Livret « Restauration à emporter ou en livraison » édité fin 2020 à 250 exemplaires papier, 410 consultations web et 280 consultations de la carte interactive associée.
- Livret des vacances de la Toussaint « Des vacances ludiques pour les loustics » édité à 150 exemplaires et 245 consultations web.



- Livret des « Services de restauration de Noël-Nouvel An à emporter ou en livraison » édité à 175 exemplaires et 400 consultations web.

# La vallée, fiers de la représenter

- **La promotion les salons et évènements** : 2020 ne nous aura permis de réaliser que deux salons avant le confinement sur les 10 opérations que nous avons programmées. Cette année particulière nous a privés de ce **contact direct que nous privilégions** pour « flairer les tendances » et **être à l'écoute de nos clients** et prospects. Souvent décriés pour le rapport coût/risques et le travail qu'ils représentent, ils sont abandonnés de beaucoup au profit de la prospection numérique. Nous aimons écouter nos hôtes pour créer avec eux les vacances qui leur ressemblent ; c'est la raison pour laquelle nous continuons d'aller à leur rencontre.
- **En janvier**, nous avons été présents avec plaisir sur le salon Josy Tourisme.
- **En février**, nous rencontrons nos fidèles clients belges sur le salon Vert Bleu Soleil de Liège.

## En 2021 nous prévoyons :

- **De renouveler avec quelques évènements** si la pandémie nous en laisse le loisir, au second semestre.
- **Le salon de Friedrichshafen avec le Fort de Mutzig**, reporté en juillet.
- **La Rad Reise Messe** : Francfort, reporté à 2022.
- 5-6 juin : **championnat de France de VTT d'orientation** au Champ du Feu.
- Du 25 au 26 septembre 2021 : **expo du vélo à Strasbourg**.
- **Offenburg** : reporté du 25 septembre au 3 octobre 2021.
- Du 11 au 14 novembre 2021 : **SITV** avec une boutique éphémère.
- 19 au 21 novembre 2021 : **salon de la gourmandise à Epinal**.
- 26 au 28 novembre 2021 : **Novalaise** avec la FAP.



# Nos sites internet de destination

- En 2020 nous avons porté nos efforts sur des améliorations du site de randonnée : [rando-bruche.fr](http://rando-bruche.fr)
- La création du site [vogesenwandern.de](http://vogesenwandern.de) dans la perspective de séduire une clientèle allemande de proximité dès que celle-ci pourra à nouveau voyager, voir aussi page 16.

## Visibilité de nos sites en chiffres

33



Les courbes de fréquentation du site internet suivent exactement les périodes de confinement et déconfinement en 2020.

### valleedelabruche.fr

#### – Pages vues

- 258 183 en 2018
- 348 017 en 2019 + 35 %
- 197 094 en 2020 - 43 %

#### – Nombre de sessions

- 102 720 en 2018
- 152 048 en 2019 + 48 %
- 99 069 en 2020 - 35 %

#### – Nombre d'utilisateurs

- 78 197 en 2018
- 114 537 en 2019 + 46 %
- 78 479 en 2020 - 31 %



## TOP 10\*

des rubriques les plus vues en 2018-2020

Nombre de vues :

Webcams  
20 492

Évènements  
15 042

Fermes auberges  
10 664

Randonnées  
10 355

Hébergements de groupe  
10 347

Commande de brochures  
9 937

Carte interactive  
9 173

Restaurants  
7 486

Hôtels & chambres  
6 152

Les immanquables  
6 004

La vallée de la Bruche est incontestablement une destination de randonnée, du terroir et de la reconnexion avec la nature.

— À continuer : développer l'offre qui nous va bien !

## TOP 10\*

des fiches LEI les plus vues en 2018-2020

1.  
Le Donon, montagne sacrée

2.  
Bulletin neige Donon

3.  
Cascade de la Serva

4.  
Domaine nordique du Donon

5.  
Randonnée nocturne au pays des Haxes

6.  
Restaurant Au Bon Pêcheur

7.  
Ferme-auberge du Bambois

8.  
Ferme-auberge de La Perheux

9.  
Fête de la transhumance

10.  
Auberge du Pont des Bas

\* [valleedelabruche.fr](http://valleedelabruche.fr)

## rando-bruche.fr

Lancement du site en avril 2018.

### – Pages vues

- 27 650 en 2018
- 53 663 en 2019 + 94 %
- 49 764 en 2020 - 7 %

### – Nombre de sessions

- 6 763 en 2018
- 18 518 en 2019 + 174 %
- 17 281 en 2020 - 7 %



### – Nombre d'utilisateurs

- 4 561 en 2018
- 13 907 en 2019 + 205 %
- 10 273 en 2020 - 26 %



## TOP 10

### des circuits les plus vus en 2018-2020

- Circuit rando B02 : **Le rocher de Mutzig et la Porte de Pierre.**
- Circuit rando C10 : **La cascade de la Serva.**
- Circuit rando B07 : **Les ruines et la cascade du Nideck.**
- **Sentier raquettes au Champ du Feu.**
- Circuit rando D05 : **Le sentier archéologique du Donon.**
- Circuit rando C15 : **Autour du col de la Perheux**
- **Le sentier des Passeurs.**
- Circuit rando B16 : **La cascade de Soultzbach.**

- **Circuits VTT dans la vallée de la Bruche.**
- Circuit rando C09 : **Le sentier panoramique.**

### des rubriques les plus vues en 2018-2020

- **Randonnées en boucle.**
- **Nos plus belles randos.**
- **En poussette.**
- **En famille.**
- **Itinéraires à vélo.**
- **Autour des fermes-auberges.**
- **Sentiers Plaisir®.**
- **Recommandées par les habitants.**
- **À thème.**
- **Mon coin préféré.**

# Nos sites de réservation



## reservation. lechampdufeu.fr

Réservation de la salle hors sac  
au Chalet du Champ du Feu,  
dédiée aux scolaires.

- Pages vues  
→ 3582 en 2020
- Nombre de sessions  
→ 529 en 2020
- Nombre d'utilisateurs  
→ 303 en 2020

## reservation. valléedelabruche.fr

Réservation des rendez-vous  
de l'été de la vallée de la Bruche.

- Pages vues  
→ 13152 en 2020
- Nombre de sessions  
→ 3619 en 2020
- Nombre d'utilisateurs  
→ 2604 en 2020



[valléedelabruche.fr](http://valléedelabruche.fr)  
[rando-bruche.fr](http://rando-bruche.fr)



Youtube :  
[Vallée de la Bruche](https://www.youtube.com/Vallée de la Bruche)



#valléedelabruche  
#visitbruche  
#fiersdetrebruchois



Vallée de la Bruche  
[Champ du Feu Tourisme](#)  
[Donon Tourisme](#)

# Communication de la relance

Nous avons fait de chaque date de réouverture après confinement une petite victoire sur laquelle nous avons communiqué vers la presse, les médias et les réseaux sociaux. Nous avons imaginé un scénario de film pour rassurer et ne pas nous faire oublier et avons choisi d'impliquer les professionnels et les habitants pour montrer, par la dérision, que nous étions prêts à recevoir les touristes. Nous avons redoublé d'efforts pour soutenir une communication efficace pour la restauration à emporter... En 2020, nous avons voulu signifier et témoigner notre soutien aux professionnels en leur prouvant notre appui par une communication forte qui illustre notre solidarité...

## Des publications sponsorisées

— **Mai 2020** : une communication collective et des offres **pour la réouverture des meublés** pour 15 jours, partagée 307 fois.

— **Juin 2020** : une communication dédiée pour **la réouverture conjointe des musées** pour 15 jours, partagée 172 fois.

— **Juin, novembre & décembre** : une communication dédiée à

**la reprise de la restauration** pour 8 jours.

— **Juin & novembre** : des campagnes pour promouvoir **la vente à emporter**.

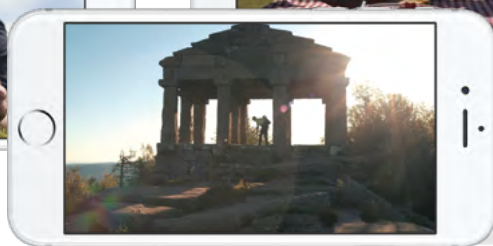
— **En juillet nous avons créé un film d'1 mn :**

*Tout près, tous prêts.*

 [youtu.be/1W\\_Co1KyjJw](https://youtu.be/1W_Co1KyjJw)



*Tout près,  
tous prêts.*



*Tout près,  
tous prêts.*

— En salles, l'été 2020

Nous avons acheté des espaces de diffusion au cinéma VOX durant 1 mois, sur 7 salles, soit 700 passages en salles et sur les réseaux sociaux : 2 posts sur notre page Facebook Vallée de la Bruche dont 1 sponsorisé à destination des publics Grand-Est et Bénélux pour 15 jours **56 861 vues de la vidéo et 537 partages**. La vidéo qui a bénéficié du soutien de la CEA, a été postée entre autres sur les pages suivantes : Marque Alsace, VisitAlsace, Massif des Vosges, Frédéric Bierry, CTBR. **La vidéo a été vue au total 495 330 fois et partagée 1 203 fois !**



— Pokaa : un partenariat avec le célèbre blog Strasbourgeois à l'occasion du lancement du film.

• La communauté Pokaa : 115 000 abonnés sur Facebook, 50 000 abonnés sur Instagram.

• 2 articles sur leur blog : 31 juillet et 4 septembre, relayés auprès de leurs communautés Facebook et Instagram.

→ « [Idée d'escapade : une journée rafraîchissante à l'ombre de la vallée de la Bruche](#) »,

→ « [Stage de survie, huskys et cascade : une journée pour s'évader dans la vallée de la Bruche](#) ».

• Les articles ont été lus à leur sortie **10 006 fois**.

• Les publications Facebook ont touché plus de **66 000 personnes**

• Les story Instagram ont été vues **23 598 fois** et ont généré **2 500 clics** sur le compte **@visitbruche**.

39



# Vosges qui peut!

— Vosges qui peut : un partenariat média avec ce blog spécialisé dans la randonnée : [vosgesquipeut.fr](http://vosgesquipeut.fr).

• La communauté Vosges qui peut : 7 000 abonnés Facebook et 5 500 abonnés Instagram.

• 5 articles ont été publiés entre le 16 et le 30 septembre 2020, lus 5 749 fois.

→ « [Dans la clairière du Hang à la source de la Bruche](#) »,

→ « [La Haute Bruche par le col de la Perheux](#) »,

→ « [À la découverte du château de Salm dans la vallée de la Bruche](#) »,

→ « [Les villages de montagne dans la Haute Vallée de la Bruche](#) »,

→ « [Sur le sentier des Passeurs dans la vallée de la Bruche](#) ».

• Les publications Facebook ont touché plus de **30 390 personnes**.

• Les publications Instagram ont été vues **10 726 fois**.







**Vosges qui peut**  
26 octobre 2020 · 🌐

Une rando à la découverte de la cascade de la Serva et des superbes panoramas du col de la Perheux ! 🍂 Depuis ce spot, c'est une vue à couper le souffle sur les Donons, le Climont et les villages de montagne de la vallée de la Bruche !

📍 Difficulté de la rando : 5/10  
🏃 15 km  
👤 500 D+  
🕒 Environ 5h de rando

📍 Départ et arrivée de la rando : gare de Rothau  
🚆 Y aller en train : toute la vallée de la Bruche est reliée par le train ! Environ 40 minutes depuis Strasbourg

La rando en détails ➡ [bit.ly/rando-col-de-la-Perheux](https://bit.ly/rando-col-de-la-Perheux)  
Coucou Vallée de la Bruche, Fluo Grand Est, Ferme Auberge De La Perheux, Ferme-Auberge du Charapont 🍂



👍 81

8 commentaires 12 partages

**Vosges qui peut**  
16 septembre 2020 · 🌐

Cet été, j'ai été invité à découvrir la Haute Vallée de la Bruche et j'en suis revenu avec 5 idées de rando accessibles à tous 🍂

Aujourd'hui pour la première rando, je vous emmène découvrir la source de la Bruche dans la magnifique clairière du Hang ! 🍃

Et pour bien commencer votre rando, je vous conseille de faire un "arrêt technique" à la boulangerie Turlupain qui propose des petits-déjeuners de compétition à base de bons pains bios 🍞

En partenariat avec l'Office de Tourisme de la Vallée de la Bruche 🍂



VOSGESQUIPEUT.FR  
**Rando dans la vallée de la Bruche : la clairière du Hang - Vosges qui peut !**

👍 52

10 partages

**Vosges qui peut**  
23 septembre 2020 · 🌐

Troisième rando dans la vallée de la Bruche, à la découverte du château de Salm 🏰

Si vous avez prévu de faire cette rando un samedi, vous pourrez certainement rencontrer les bénévoles de l'association Les Vailleurs de Salm (Château de Salm) qui entretiennent les vestiges de la forteresse 🍂

📍 Difficulté de la rando : 5/10  
🏃 18 km  
👤 550 D+  
🕒 Environ 5h30 de rando

📍 Départ : gare de St-Blaise-la-Roche  
📍 Arrivée : gare de Schirmeck

Coucou Vallée de la Bruche, Fluo Grand Est 🍂



VOSGESQUIPEUT.FR  
**Idée de rando dans la Vallée de la Bruche : le château de Salm**  
Vous êtes à la recherche d'une idée de rando dans la vallée de la...

👍 57

62 partages

**Vosges qui peut**  
22 février · 🌐

Le Chemin des Passeurs est un surprenant sentier de mémoire ! 🍂 🌲

Depuis St-Blaise-la-Roche, on monte d'abord jusque sur la crête de la Roche Pendue pour suivre l'itinéraire qu'empruntaient les passeurs de la Bruche pendant la Seconde Guerre mondiale.

Et au détour d'une clairière, on tombe sur des œuvres d'art installées à 1000m d'altitude dans une quiétude absolue ! 🍂

📍 Difficulté de la rando : 6/10  
🏃 21 km  
👤 570 D+  
🕒 Environ 6h de rando

📍 Départ et arrivée de la rando : gare de St-Blaise-la-Roche  
🚆 Y aller en train : toute la vallée de la Bruche est accessible en train depuis Strasbourg ! Rdv à St-Blaise (env. 1h de trajet)

La rando en détails ➡ [bit.ly/rando-sentier-des-passeurs](https://bit.ly/rando-sentier-des-passeurs)  
Coucou Vallée de la Bruche, Fluo Grand Est 🍂



👍 Hugo Mairelle et 65 autres personnes

2 commentaires 21 partages

# Banque d'images en ligne

**En 2020**, nous avons également adhéré à une photothèque mutualisée proposée par l'ADT et avons réalisé un important travail de référencement de notre banque d'images, à l'aide de mots clés pour **1 939 photos** afin de pouvoir plus rapidement répondre aux demandes d'images.

## La presse

Nous envisageons de nous adjoindre les compétences d'une agence de presse et avons procédé à une consultation : les incertitudes face à la crise ont remis en cause ce projet pour le moment.

### Guides et presse écrite en 2020

- **Lonely Planet France** : mise à jour du guide.
- **Michael Mueller Verlag « Elsass »** : mise à jour du guide voyage allemand.
- **Gallimard « Alsace »** : mise à jour du guide.
- **Collaboration au Guide du routard** 1<sup>ère</sup> édition « Week-end Grand-Est ».
- **Le Journal de la vallée** nous ouvre gracieusement ses colonnes pour parler tourisme.
- **Accueils de presse : par le biais d'ADT et du massif des Vosges.**
- **Téléstar** : les lieux de légende.
- **Voyage de Luxe** : sylvothérapie et reconnexion nature.
- **Pierre d'angle** : revue nationale des ABF.
- **Le Dauphiné libéré.**
- **La Voix du Nord** : Hélène Lancial, Champ du Feu toutes saisons, trottinette électrique et Shiatsu.
- **Maxi cuisine** : Sophie Javaux, Confitures du Climont, Bluets et Brimbelles et Cheneaudière, cuisine de terroir.
- **Eductour** de l'attachée de presse « Air pur » référente Alsace à vélo : vélo-route de la vallée de la Bruche & offres vélo.
- **Reportage vidéo/drone « Voyages vert vous » partenariat TV5 monde :**



ferme-auberge du Promont,  
 atelier de restauration du Château  
 de Salm.

- **Accueil de presse allemande « Traversée Massif des Vosges - GR® 5 »** : Donon.
- **Accueil de presse allemande sur le thème du cyclo**, reporté à 2021.
- **Nombre de parutions d'articles sur la vallée de la Bruche en 2020** :
  - 15 articles de presse,
  - dont équivalence en valeur publicitaire pour 8 articles : 89 495 €.
- **Achat d'espace dans la newsletter « Alsace »** sur le marché suisse alémanique et francophone via Atout France Suisse en juillet.

43

## Radio

- **Partenariat France Bleu Grand-Est Hiver** avec les stations du massif : 10 interviews à l'heure de la météo des neiges.
- **Partenariat France Bleu Été** : Les bons plans de Liesel. Deux interventions (juillet & août) : offre Croq'vélo en ferme-auberge et itinéraire de randonnée « le Jardin des Fées, la Porte de Pierre, le Rocher de Mutzig ».

- **Partenariat France Bleu** : en octobre « vacances ludiques pour les loustics » dans les « matinales » de France Bleu Alsace : sentier ludique de La Broque, Confitures du Climont, Musée Oberlin, sortie « éco-mômes » avec Tom l'aventurier vert.
- **France Bleu Elsass** : en juin, intervention émission « Morjerock », activités estivales au Champ du Feu et dans la vallée de la Bruche; en octobre, intervention programme d'animations de la Toussaint.
- **Azur FM** :
  - **14 balades sonores. 98 spots de 30 secondes** sur Azur FM 67 et 68 les Sentiers Plaisir® l'été.
  - Achat de spots « **Les vacances ludiques pour les loustics** » & « **Idées de cadeaux de Noël dans la vallée de la Bruche** ».
- **RCB** : interventions promotion Croq'vélo & Sentiers Plaisir®, programme d'animations vacances de la Toussaint, boutique de l'office de tourisme et offres cadeaux de Noël, campagne de soutien aux restaurateurs « les pieds sous la table ».

- **TV : TF1, France 3**, plusieurs passages au JT de 13 et 19h pour l'ouverture de la station du Champ du Feu, la préparation des vacances scolaires d'hiver, le service en chambre à l'hôtel...
- **Rédaction de contenus hiver pour le site « Massif des Vosges ».**

## En 2021, nous avons prévu :

- **Dossier de presse nouveautés 2021** : préparé en vue des RV presse ci-dessous.
- **Dossier de presse Champ du Feu** avec les stations vosgiennes en version vidéo pour RV presse France Montagne.
- **18 et 19 janvier, 1<sup>er</sup> RV presse ADN Tourisme** : « Partir en France » 18 journalistes et blogueurs rencontrés, plusieurs partenariats en cours pour 2021 et 2022.
- **9 avril, 2<sup>e</sup> RV presse ADN Tourisme.**
- **Mai 2021, partenariat 100 km autour de Strasbourg.**
- **Refonte de la politique éditoriale** : projet de magazine.
- **Enrichissement et renouvellement de la photothèque.**

# Les réseaux sociaux et avis clients

Seuls médias à même de nous permettre d'entretenir la relation client durant et en post confinement, nous avons été très présents sur les réseaux sociaux durant cette période singulière.

## Crosspostage

Durant le confinement, nous nous sommes associés à une initiative de l'association des directeurs d'office de tourisme de la région Grand-Est pour promouvoir réciproquement nos destinations, en relayant chacun sur nos réseaux sociaux des supports vidéo de territoires voisins... une idée toute simple pour s'entraider et bénéficier de la visibilité de nos communautés...

- **Nous avons crossposté 25 vidéos de destinations du Grand-Est entre mai et juillet.**
- **Nos vidéos ont été crosspostées 7 fois.**

## Tourisme sans bornes

Également une initiative de l'association des directeurs, **« voyage depuis ton canapé »**, une communication imaginée durant le confinement pour la période où nous étions limités à 100 km. Nous avons conçu un outil cartographique en ligne, alimenté par les bases de données des offices de tourisme permettant de mettre en lumière ce qu'il y a 100 km autour de moi dès lors que je me suis géolocalisé.

Une initiative qui a eu des retombées presse intéressantes, à très faibles coûts mais avec beaucoup d'investissement humain et qui a également prouvé l'urgence de la mise en commun des bases d'informations touristiques à l'échelle du Grand-Est.



## Facebook en 2020 vallée de la Bruche et Champ du Feu

En 2020, plus d'un post vallée de la Bruche par jour sur les réseaux sociaux!

### – Page vallée de la Bruche

- Abonnés **5 984** : +36 %
- Utilisateurs atteints  
**450 252** : +170 %
- Nombre de publications **380**
- Interactions (likes, commentaires, partages)  
**154 650** : +54 %

### – Page Champ du Feu

- Abonnés **2 288** : +15,49 %
- Utilisateurs atteints  
**17 476** : +60 %
- Nombre de publications **75**
- Interactions (likes, commentaires, partages)  
**8 198** : -25 %

### – Création d'un groupe Facebook

**réservé** exclusivement aux partenaires adhérents de l'office de tourisme, actuellement le groupe compte 55 membres. Demande d'adhésion à l'adresse suivante : [www.facebook.com/groups/892492917844075](https://www.facebook.com/groups/892492917844075).

– Création d'une page dédiée à la manifestation Printemps de la forêt : [www.facebook.com/leprintempsdelaforetbruche](https://www.facebook.com/leprintempsdelaforetbruche).



## Instagram en 2020

La présence de Clément, notre apprenti en licence pro tourisme, a permis d'intensifier notre présence sur Instagram, en lançant notamment régulièrement des stories depuis mars 2020.

### #visitbruche #valleedelabruche

- Abonnés visitbruche  
**1 509** : +82 %
- Nombre de publications  
**208** : +160 %
- Stories **nouveauté 2020!**  
**180 écrans de stories.**

– L'usage de nos # par les usagers d'Instagram augmente :  
#visitbruche **2155** : +87 %  
#valleedelabruche **1575** : +78 %

– Création d'un compte Instagram spécifique Printemps de la forêt : [www.instagram.com/leprintempsdelaforet](https://www.instagram.com/leprintempsdelaforet).

1

FORMULE « ROULEZ GOÛTEZ » : UN APRÈS-MIDI EN ROUE LIBRE!

9 784 personnes atteintes



3

DANS LA VALLÉE DE LA BRUCHE, ON « JOUE COLLECTIF ».

9 066 personnes atteintes



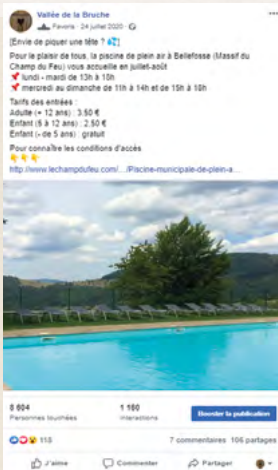
TOP 4 MEILLEURS POSTS 2020



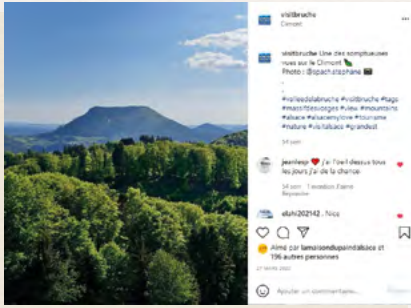
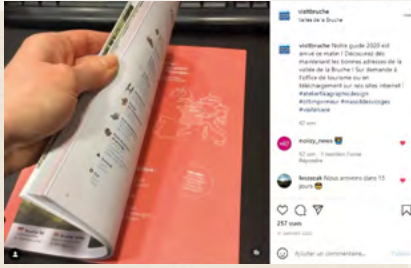
2



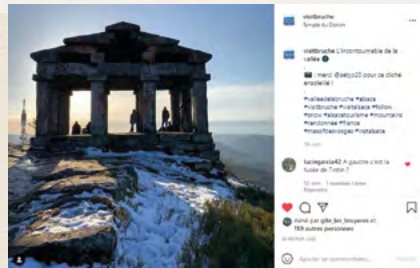
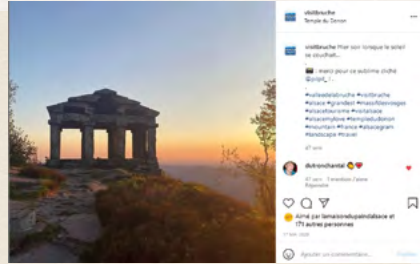
4



# 1 NOTRE GUIDE 2020



# TOP 5 2020



# 2 VUE SUR LE CLIMONT

# 3, 4 & 5 DONON MYTHIQUE

48

**Vallée de la Bruche**  
 17 avril 2020

**Concours artistique "Le Donon fait son show"**

**Comment participer ?**  
 Réaliser une œuvre artistique représentant le temple du Donon.  
 Laisser libre cours à votre créativité !  
 Le support, la matière, les dimensions, 10 20, 3 0... Tout est permis !  
 Les œuvres réalisées seront réparties en 3 catégories : enfant, adulte & création en famille.

**Il faudra** une photo de l'œuvre (format jpeg) et nous l'envoyer par mail message privé via la page Facebook « Vallée de la Bruche » ou par mail courtoise@valleedelabruche.fr en mentionnant votre nom/prénom, commune (ou pays de résidence), prénom si l'œuvre a été réalisée par un adulte, années enfant (âge) ou en famille.

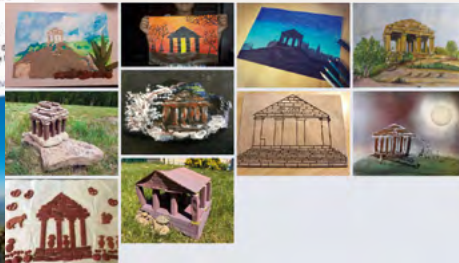
Les photos seront publiées dans l'album : « Jeu concours - Donon » sur la page Facebook Vallée de la Bruche.

La photo de chaque catégorie qui aura obtenu le plus de likes sera désignée comme gagnante.

📅 Du 18 août au 11 mai 2020  
 Vote des internautes : on te publication de la photo au 30 mai 2020

Les gagnants seront récompensés par : un pack « restaurant de la vallée de la Bruche » et une demi-journée surprise dans la vallée de la Bruche.

Le règlement du concours est disponible ici <https://bit.ly/2001818>



CONCOURS DONON  
**LE DONON FAIT SON SHOW**



## Mise en avant de jeux concours



- **Concours vitrine de Noël.**

Le but : retrouver à quel commerçant/artisan appartenait la trentaine d'objets présentés dans **la vitrine « un Noël 100 % local »**.

- **Concours Donon, durant le confinement, nous avons imaginé une épreuve créative « Le Donon fait son show ».**

Thème : réaliser une œuvre artistique représentant le temple du Donon. Le support, la matière, les dimensions, 1D, 2D, 3D... Tout était permis, en 3 catégories : enfant, adulte & création en famille. 10 œuvres ont été réceptionnées.



## En 2021

- Création d'une page dédiée, Donon Tourisme : [www.facebook.com/donontourisme](http://www.facebook.com/donontourisme).
- Création de contenu diversifié.
- Concours photo axé sur les expériences clients de nos offres vélo & Expériences Buissonnières®.
- Développer les communautés des pages existantes.
- Développer les communautés relatives au Printemps de la forêt.

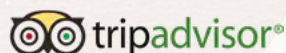
---

> L'équipe de l'office de tourisme, à votre écoute pour un conseil sur-mesure !





# Avis clients, ce qu'ils disent de nous



***Simone en personne et Clément par courriel ont fourni un service impeccable. Tellement sympathique. La recommandation pour l'itinéraire était excellente. Ma seule petite marge d'amélioration serait la qualité des 2 vélos électriques que nous avions. Ils allaient bien - une marque allemande avec rétropédalage pour le frein arrière, ce qui était délicat au départ - mais nous avons finalement réussi. Mais tout le reste était tout simplement génial, donc c'est toujours un 5 étoiles !!***

— 17 oct. 2020

## AVIS MAIL

*Un grand merci pour l'organisation de notre soirée « activités et dîner » au Champ du Feu la semaine dernière ! Toute notre équipe était ravie par le choix du lieu et des activités ! Pour ma part, c'était fort appréciable d'avoir une proposition « clé en main ». Quel confort de n'avoir qu'un seul interlocuteur qui gère l'ensemble du dossier ! Merci pour votre professionnalisme, réactivité et surtout bonne humeur...*

— 17 janv. 2020

*Merci pour votre réponse. Je suis agréablement surprise ! Je ne m'attendais pas à ce que vous preniez le relais pour transmettre mon message. Merci. J'en parlerai autour de moi et vanterai « votre dévouement et votre professionnalisme. » C'est SUPER pour « notre belle vallée. »*

Odile Di Pancrazio, Bourg-Bruche  
— 3 fév. 2020

*Très intéressante cette visite de la synagogue, les activités ne manquent pas dans la région, vous faites du beau travail, merci.*

— 21 août 2020



## CHAT

***Je tenais à remercier le professionnalisme et la sympathie de l'équipe de l'office du tourisme de Schirmeck. Ils ont trouvé rapidement une solution à mon problème d'hébergement en cherchant bien. C'est une équipe sympathique et je suis bien content de les avoir rencontrés.*** — 26 août 2020

---



★★★★★

Accueil parfait. Nous avons été renseignés au plus près de nos recherches. Je recommande fortement.

— août 2020

★★★★★

Super accueil et informations très intéressantes tant pour les randos que pour l'histoire de la région. Note maximum à ces deux dames !

— septembre 2020

★★★★★

Très bon accueil, explications sur la provenance des produits locaux en vente, personnel très souriant (sous le masque), je recommande vivement.

— septembre 2020

### LIVRE D'OR

“ Merci à toute l'équipe de l'office de tourisme pour l'accueil, la cordialité, la disponibilité. Les documents fournis en abondance sont très bien faits. Bravo. Quel beau dynamisme !

**Danielle, Bourg en Bresse**  
— 30 juil. 2020

“ Merci pour cette journée à vélo dans vos belles montagnes.

**Amsterdam**

“ Toujours un plaisir d'entrer en ce lieu depuis bien des années : accueil idéal, services très appréciés. Merci et bonne année !

**Belmont**

“ Quelle gentille personne. Grâce à elle, je me suis senti comme si j'étais de ce petit village toute ma vie. Meilleur service client au monde.

**Jeff Bartlett, Maine USA**

### QUESTIONNAIRES QUALITÉ COMPTOIR

Très bon office de tourisme, personnel agréable, de bons renseignements, merci.

**Grande disponibilité et connaissance des lieux.**

Continuez le bon travail !

**Excellent accueil, chaleureux de personnes passionnées.**

Le conseiller s'occupe très bien de nous et explique clairement.

**Très agréable et convivial. Félicitations !**

Accueil très satisfaisant et très sympathique. On reviendra.

**Site web : très bien fait, très complet, bien documenté, bien présenté. De superbes propositions pour les enfants.**

# 4 / 4

## Oser se réinventer et s'en donner les moyens

- Spécial Covid 2020
- L'office de tourisme durant le confinement
- L'accueil individuel des porteurs de projets
- La taxe de séjour, un nouveau levier de développement face à la crise
- Une ambition pour demain
- Conseil d'administration
- Au cœur de l'action
- Bilan et budget



# Oser se réinventer et s'en donner les moyens

Les changements sont inconfortables, ils nous bousculent et nous questionnent, ils sont source d'incertitudes et de craintes... ils sont aussi « fertiles » selon Boris Cyrulnik, et d'extraordinaires moteurs d'innovations... Ce qui nous motive ? Aimer et faire aimer notre vallée à tous ceux qui la visitent. Créer pour nos hôtes les meilleures conditions pour faire de leur découverte, une expérience unique dont les bénéfiques et les retombées économiques profitent à nos professionnels et les emplois à nos habitants.

54

C'est la raison pour laquelle, malgré la crise que nous traversons, nous voulons nous donner les moyens d'une ambition renouvelée en instaurant la taxe de séjour à l'échelle intercommunale, comme **un levier supplémentaire de développement du tourisme pour notre vallée.**

---

# Spécial Covid 2020

Cette année sans précédent n'a ressemblé à aucune autre et nous a mis devant un mur, d'abord de sidération puis d'incompréhension. Absence de visibilité, sentiment d'impuissance voire d'inutilité devant l'ampleur du désastre... l'équipe de l'office de tourisme, soutenue par le Conseil d'administration, s'est rapidement ressaisie et a été présente et réactive.

## Confinés-déconfinés, un maître mot : s'adapter

L'année 2020 de l'office de tourisme en chiffres : **225 jours d'ouverture contre 300 jours en 2019**. En raison de la crise sanitaire, fermeture au public du 15/03 au 2/06 & du 30/10 au 30/11, soit 3,5 mois. Accueil maintenu par mail, téléphone, Messenger et chat pendant ces périodes de fermeture au public.

Données comptabilisées Accueil	2019	Variation	2020
Nombre de jours d'ouverture cumulés	300	-25%	225
Nombre de personnes	13357	-34%	8847
Nombre de contacts	9754	-42%	5655
Nombre de contacts en vis-à-vis	6205	-44%	3470
Nombre de paniers	1383	-15%	1175
Nombre de clients/ nombre de contacts en vis-à-vis	22%	+55%	34%
Panier moyen	21,50 €	+42%	30,47 €

### • À noter

Les bons chiffres de fréquentation des mois de **septembre (+20%) et de décembre**, tous les autres mois étant dans le négatif.

### • Focus sur décembre :

**1029** pers.  
en décembre

**+110%** en hausse  
par rapport à 2019

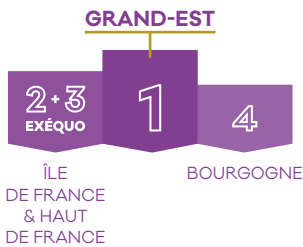
**592**  
direct

**391**  
téléphone

**40**  
mail

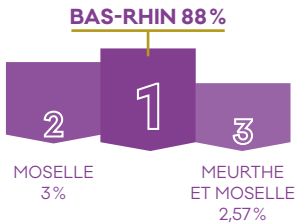
# Détails des chiffres de fréquentation 2020

## Palmarès fréquentation clientèle française par région en 2020



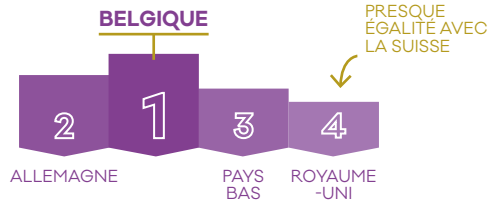
**À noter :** la Bourgogne arrive en **4<sup>e</sup> position**, alors que de 2017 à 2019 le 4<sup>e</sup> était l'Auvergne Rhône Alpes.

## Répartition départements du GRAND-EST en 2020



**À noter :** la proportion de la part Grand-Est de la clientèle française est restée quasi identique à 2019 soit environ **63%**. Cependant en 2017 et 2018, nous étions « seulement » à **59%**.

## Palmarès fréquentation des clientèles étrangères 2020



**À noter :** une baisse notable de la clientèle étrangère due à la crise sanitaire, **-49%** comparé à 2019. Cette baisse est variable selon l'origine (voir ci-dessous, comparaison par rapport aux chiffres 2019). Les étrangers ont représenté **7%** de la fréquentation en 2020 contre **9%** en 2019.

**-52%**  
Allemagne

**-35%**  
Belgique

**-15%**  
Pays-Bas

**-76%**  
Royaume-Uni

**-79%**  
Suisse





## Fréquentation des sites touristiques payants en 2020

CERD/Struthof

**51 343** entrées

200 427 en 2019

Mémorial Alsace-Moselle

**12 770** entrées

49 601 en 2019

Musée J-F. Oberlin

**5 237** entrées

31 320 en 2019

# Commercialisation & ventes en 2020

- **178 dossiers** contre 191 en 2019 : **-6,8%**.
- **419 personnes** contre 580 en 2019 : **-28%**.
- **Les offres Croq'vélo + Croq'terroir + Roulez Goûtez = 60% des ventes de produits en 2020** contre 23% en 2019.
- Les ventes de prestations incluant du spa ont régressé de moitié en 2020, chute liée au contexte sanitaire, ne permettant pas aux clients de se projeter.
- **À noter** : un très bon démarrage de l'offre « Roulez Goûtez » pour son lancement !
- **Les ventes d'Expériences Buissonnières® se sont concentrées sur la fin d'année.**  
À la suite du lancement de la nouvelle brochure en décembre, nous espérons un développement du nombre de ventes en 2021, grâce à une diffusion du nouveau support et une campagne de communication au printemps.

## « On se souvient d'un site, on est enrichi d'une expérience... »

Pour un office de tourisme, la commercialisation de produits touristiques, c'est un « laboratoire de tendances ». Un lieu d'expérimentation d'offres nouvelles, dans « l'air du temps ». Aujourd'hui l'aspiration est à un voyage qui transforme par la reconnexion à soi, aux autres et à la nature. Il nous faut créer les conditions qui font d'un instant banal une expérience inoubliable, une rencontre intense en émotions, un échange dont le client est pleinement partie prenante.

# L'office de tourisme durant le confinement

— Du 16 mars au 10 mai  
& du 30 octobre au 30 novembre,  
3,5 mois de télétravail.

— **Seulement un mois de chômage partiel** à mi-temps pour toute l'équipe.

— **11 mai, reprise du travail en alternance télétravail - présentiel.**

— **2 juin, réouverture au public.**

• **Les objectifs fixés par le Conseil d'administration :** une amplitude d'ouverture limitée au profit d'une disponibilité plus large à distance via chat, mail et téléphone.

• **Privilégier la disponibilité du personnel pour :**

- l'aide aux prestataires,
- les contacts téléphoniques individuels avec tous nos adhérents,
- les rencontres en web réunion pour être à l'écoute et adapter nos actions,
- la relance de la communication,
- les outils de communication instantanés en mobilité.

## Actions réalisées durant et post confinement

**S'il y a bien une chose dont cette crise aura fait la preuve, c'est à quel point le tourisme est un écosystème à part entière, dont l'interdépendance entre les activités est un élément fondateur.** Le tourisme, on le savait, est une activité transversale qui puise dans le champ de l'agriculture, du commerce, de l'artisanat, de la culture les ressources pour créer l'attractivité d'un territoire ! Aussi, la fermeture de pans entiers de l'économie a privé le tourisme de ressources indispensables, nous faisant plus que jamais percevoir à quel point la santé des uns dépend de celle des autres. C'est la raison pour laquelle, à l'office de tourisme, nous avons mobilisé nos compétences, nos réseaux et trouvé les ressources dans nos capacités d'adaptation, pour fédérer, créer du lien et de la solidarité entre tous les acteurs du tourisme, et au-delà !

## Relations prestataires

- **17 newsletters** ont été adressées à nos membres durant le confinement : conditions d'accès aux aides, protocoles sanitaires, conditions de reports ou d'annulations...
- **Création d'une page Facebook pro :**  
[bit.ly/ProTourismeVBFB](https://bit.ly/ProTourismeVBFB).
- **Des commandes groupées** de masques, solutions hydroalcooliques,... ont été proposées en partenariat avec PROVAL, pour faciliter la réouverture dans les meilleures conditions.
- **Des remises de cotisations** ont été décidées pour marquer symboliquement le soutien aux professionnels.
- **Plus de 60 appels téléphoniques pour garder le lien et se soutenir :** membres et animateurs Sentiers Plaisir®.
- **Des web séminaires :** hébergements, sites,...
- **Des actions collectives de communication (voir page 38) :**
  - la réouverture des hébergements,
  - l'ouverture conjointe des sites de visite,
  - la réouverture des restaurants,
  - le lancement de la saison.

- **Opération Chèques Vacances avec l'ART GE.**
- **ANMSM :** action collective de promotion de la montagne avec les stations.
- **Les grands gestes de Noël :** mise en ligne des offres Vel'ness, Croq'vélo, Croq'terroir,... sur site de la région Grand-Est.
- **Vitrine de Noël 100 % local mise à disposition des artisans et commerçants.**

## Partenariats commerçants/artisans



### Une entreprise citoyenne dans une vallée où l'on joue collectif!

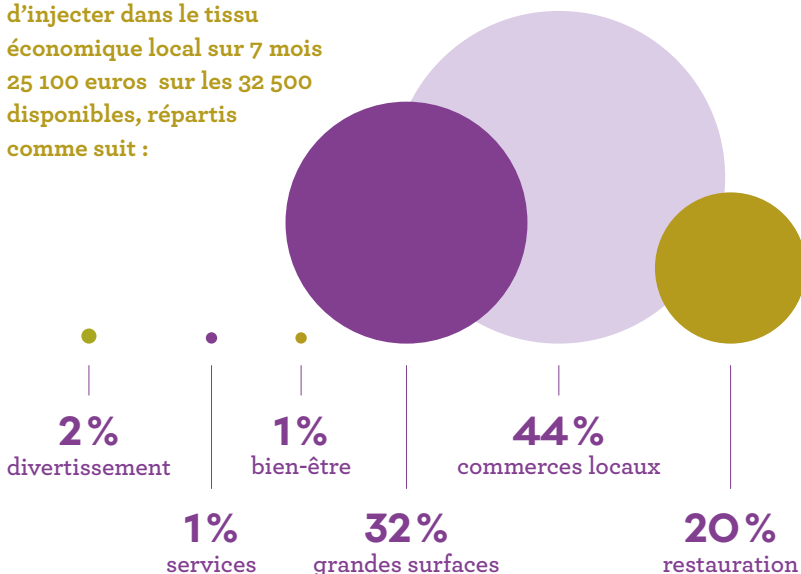
Le tissu économique local a été lourdement touché. Face aux défis à relever, des solidarités se sont organisées, à l'image de l'initiative originale de l'entreprise **Mécatherm** à Barembach et de son Comité Social et Economique. Plusieurs activités et actions de cohésion d'entreprise ne pouvant pas se tenir cette année, ils ont décidé que ces moyens revenaient toutefois à leurs salariés et ont souhaité en faire profiter le tissu économique local.

— **Plusieurs objectifs :**

- **Inscrire l'entreprise dans son environnement**, en affirmant son engagement citoyen dans le territoire qui le fait vivre.
- **Encourager la reprise des activités** et donner confiance aux professionnels.
- **Inciter les salariés à consommer local** en leur remettant un carnet de bons d'achats.

Cette opération, montée en quelques jours, est née de la confiance entre l'entreprise et l'office de tourisme de la vallée de la Bruche en lien avec l'association des commerçants PROVAL.

**Cette initiative a permis d'injecter dans le tissu économique local sur 7 mois 25 100 euros sur les 32 500 disponibles, répartis comme suit :**



Outre l'impact économique, cette idée a eu un bel impact en termes de communication pour la vallée et l'entreprise.

**Intermarché**

**Particulièrement solidaire du tissu économique local**, les responsables de l'enseigne ont proposé à tous les restaurateurs, traiteurs, fermiers aubergistes de bénéficier gracieusement de la possibilité de proposer de la vente à emporter au sein de leur magasin. Fort appréciée, l'initiative a montré, une fois de plus, l'esprit de cohésion de la vallée de la Bruche. En moyenne, 250 plats vendus par semaine.

## Boutique de Noël

Face à l'engouement ressenti pour les produits régionaux en circuits courts et dont on connaît l'histoire, le producteur, le parcours,... nous avons choisi de développer la boutique de l'office de tourisme pour en faire une vitrine des productions et savoir-faire locaux et avons conduit un plan de communication et d'incitation à consommer local.

— **50 % des visiteurs de décembre sont venus pour notre boutique** (avec ou sans achat).

— **Panier moyen :**

2020	2019
<b>30,47 €*</b>	<b>21,50 €*</b>

(\*nombre de clients/CA boutique hors forfaits).

— **Une importante activité sur les réseaux sociaux a boosté les ventes de la boutique.**

62

— **Un partenariat avec les communes :** les habituels banquets de Noël offerts par les communes aux seniors ne pouvant se tenir, nous avons proposé nos services aux communes en leur facilitant l'accès, en un lieu, à de nombreux producteurs locaux. Nous avons ainsi réalisé quelques 440 colis de Noël pour les personnes âgées, au gré des souhaits et des budgets alloués.



# L'accueil individuel des porteurs de projets

Il fait partie des services qui distinguent notre office de tourisme. Nous accordons en effet une attention toute particulière à accueillir, accompagner et soutenir les projets des porteurs d'initiatives qui se présentent. Nous sommes en lien constant avec les comités d'expansion susceptibles d'attirer vers notre territoire des entrepreneurs et des investisseurs.

## En 2020

Aux côtés de la Communauté de communes et de la commune de Plaine, l'office de tourisme a accompagné **l'entreprise NUTCHEL** dans le projet de reconversion du VVF de Plaine en Glamping (camping glamour). Ouverture prévue à l'automne 2021.



## Des projets pour 2021

2021 sera placé, dans la mesure du possible, sous le signe des « retrouvailles » avec nos prestataires. Nous voulons renouer avec des moments de rencontre et d'échange pour se soutenir et envisager l'avenir... Nous poursuivrons nos efforts pour accompagner les entrepreneurs et tous les projets susceptibles d'attirer à nous investissements et emplois.



### – L'équation Prestataires/Clients

**Des ateliers thématiques** en lien avec les priorités de la stratégie touristique avec, éventuellement, des intervenants extérieurs, des témoignages...

- se distinguer par un accueil et des « services plus »,
- une « destination sans voiture » : comment en faire un parcours « sans couture »,
- la rando, un levier de promotion,
- une offre adaptée à la famille sous toutes ses formes,
- le tourisme en 2030 ce sera...
- la taxe de séjour, comment et pour quoi faire ?

### – Ambassadeurs du territoire :

Benchmarking des initiatives existantes.

### – Éductour, RV des ambassadeurs, carte pro ?

Nous voulons renouveler nos offres et nous rapprocher des besoins de nos prestataires.

### — L'office de tourisme d'après ?

#### Quelle stratégie d'accueil ?

L'accueil après Covid prendra-t-il de nouvelles formes ? Nul ne peut encore le dire. À l'affût des changements de comportement, nous devons nous préparer à toutes les éventualités et nous adapter pour continuer à rendre toujours le meilleur service. Le confinement a accéléré les usages du numérique pour tous. Face à une part croissante de la population qui « passe sa vie » devant les écrans, la qualité de **la relation humaine retrouvera ses lettres de noblesse**. Cette relation qui donne tout son sens à notre métier de « créateurs de rêves éveillés sur mesure ».

#### — Nos questionnements ?

- Sur RV individuel, par chat, en visioconférence, par Messenger de 8h à 22h, **quelles options pour l'accueil client ?**
- **Réduire le nombre de bureaux d'information** mais augmenter ou adapter les amplitudes d'ouverture ?
- **Développer la vente en ligne ?**
- **Un office de tourisme délocalisé sur les lieux de tension** (accueillir pour réguler plutôt que subir).

- **Accueillir, avec vigilance et respect des distances, sans mettre sous cloche et garder un « esprit de vacances ».**
- **Être champion de l'information touristique officielle à jour et mouvante.**
- **Appui aux entreprises touristiques :** l'office de tourisme doit être au cœur des solidarités locales.
- **Accompagner les multiples plans de relance.**
- **Développer les services.** Une vraie expérience, c'est « 1001 détails ».





# La taxe de séjour, un nouveau levier de développement face à la crise

Pour accompagner les mutations du tourisme et ce, malgré le contexte, ou peut être justement à cause de ce contexte, les élus de la Communauté de communes ont décidé d'instaurer la taxe de séjour à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022. On peut penser que le moment est mal choisi, alors que l'économie touristique est lourdement impactée... Cela peut paraître audacieux voire inopportun... mais peut être aussi courageux !

Loin d'être indifférent aux difficultés du moment, ce choix est stratégique. La vallée de la Bruche a, sur le plan de son organisation et de son ambition pour le tourisme, une longueur d'avance. Mais dans ce domaine comme dans beaucoup d'autres, rien n'est acquis et c'est quand les choses sont difficiles **qu'il faut se donner les moyens de rebondir pour conserver son avance en s'adaptant...**

La Communauté de communes a décidé d'instaurer la taxe de séjour sur l'ensemble de son périmètre de compétence, de manière à générer des moyens nouveaux pour faire plus et mieux pour le tourisme, dans le cadre de la stratégie touristique à l'horizon 2028.

## Un peu d'histoire !

Dans la vallée de la Bruche, la compétence tourisme est exercée par l'intercommunalité depuis la création du SIVOM dans les années 1980 sur l'ensemble des 25, puis 26 communes de la vallée. Dès sa création et bien avant que la loi NOTRe (07/08/2015) ne rende la compétence tourisme obligatoire pour les Communautés de communes, **la vallée de la Bruche a eu une « longueur d'avance ».**

La vallée de la Bruche a comme « bras armé » de sa politique touristique, un office de tourisme depuis 2003, dont **l'efficacité et de la pertinence sont reconnus.**

- Elle couvre **un territoire de projet et une destination cohérente par nature, une vallée dont l'identité est affirmée.**
- **Où l'on partage en bonne intelligence le personnel et les moyens** entre la Communauté de communes et l'office de tourisme, **pour le meilleur usage de l'argent public.**
- **Où la compétence tourisme est exercée sur l'intégralité de la chaîne de valeurs :** développement, qualification de l'offre, stratégie marketing, promotion, commercialisation, accueil et information du client.
- **En 2018/19, la vallée de la Bruche a redéfini et approuvé une nouvelle stratégie touristique, à l'horizon 2028, avec 4 ambitions pour notre territoire :**
  - **Faire de la vallée de la Bruche une destination accessible « sans voiture »** qui favorise les déplacements doux/slow tourisme.
  - **Cultiver sa différence pour en faire une force :** un tourisme de ressourcement, porteur de sens, basé sur la nature et la culture.

- **Partager avec tous la fierté d'appartenir à cette vallée et adhérer à ses valeurs.**
- **Être capable de se réinventer** sans cesse pour adapter son organisation au tourisme de demain.

Dans ce contexte, **et dans le champ particulièrement concurrentiel de l'économie touristique**, la perception efficace de la taxe de séjour permettra de se donner les moyens de ces objectifs ambitieux.

**Pour conserver notre avance,** nous devons :

- **Continuer d'innover pour nous démarquer.**
- **Assurer le développement d'équipements touristiques, en cohérence avec notre stratégie :** tels que la piste cyclable et plus largement, toutes les formes de déplacement doux, l'entretien des sentiers de randonnée thématiques.
- **Intensifier la promotion d'un tourisme responsable au service aussi des habitants.**
- **Innover dans l'organisation, la recherche d'efficience et de complémentarité.**

# Une ambition pour demain

## Faire de la taxe de séjour un levier de développement pour les prestataires

- **Mutualiser les moyens pour porter des projets plus ambitieux** au bénéfice de tous.
- **Constituer un véritable observatoire touristique local** : la taxe de séjour est le seul moyen objectif de savoir combien de nuitées sont consommées sur le territoire. Elle peut ainsi utilement renseigner sur l'orientation des actions de promotion.
  - Plus d'offres de qualité = plus de clients = plus de recettes fiscales réinvesties = le cercle vertueux de la taxe de séjour.

## Faire de la taxe de séjour un avantage direct pour le client

- **Mettre en place une carte d'hôtes** permettant à tous les clients qui séjournent de bénéficier de gratuités et/ou de tarifs préférentiels.
- **Compenser les remises pour les sites non marchands** : musées et services publics..., y associer des privés qui le souhaitent.

## Oser la transparence dans l'utilisation de la taxe de séjour

- **Mise en place d'un comité de pilotage d'élus et d'hébergeurs** pour définir l'utilisation de la taxe de séjour et assurer une transparence de son usage à des fins touristiques.
- **Définir des priorités d'affectations\***
  - 10 % pour des projets de développement durable,
  - 20 % pour la notoriété de la destination,
  - 30 % pour des services directs aux clients type carte d'hôtes,
  - 40 % pour des projets de mise en valeur et d'entretien de sites, pistes cyclables ou d'équipements touristiques.

\* Proportions pouvant être revues chaque année.

# TAXE DE SÉJOUR

## Calendrier

---

### Octobre à décembre 2020

**Accompagnement** à la décision des élus en vue de la mise en place de la taxe de séjour.

### Janvier à mai 2021

- **Concertation avec les communes** qui percevaient la taxe de séjour, recherche d'un consensus.
- **Information et présentation** auprès des prestataires par secteur professionnel.

### Mai 2021

- **Délibération** en vue de la mise en place et la définition de la tarification de la taxe de séjour.
- **Formation** à la prise en main de l'outil de gestion.

### 1<sup>er</sup> janvier 2022

**Mise en application** de la taxe de séjour.

---



# Conseil d'administration : les changements de 2020

## Sous la présidence de Nicolas Decker

Collège des élus représentant la Communauté de communes	Collège des socio-professionnels	Collège des personnalités qualifiées
<b>10 MEMBRES</b>	<b>10 MEMBRES</b>	<b>10 MEMBRES</b>
<b>Jean-Bernard Pannekoek</b> — Président de la CCVB	<b>Corinne Metzger</b> — Hôtel	<b>Sabine Bierry</b> — Tourisme de Mémoire
<b>Romain Mangenet</b> — Maire de Saâles	<b>Nicolas Decker</b> — Hôtels Spa	<b>Jean-Pierre Danancher</b> — AFP, Nature Environnement
<b>Philippe Remy</b> — Maire de Grandfontaine	<b>Marylène Goetz</b> — Hôtel	<b>Daniel Bin</b> — Associations culturelles
<b>Alice Morel</b> — Maire de Bellefosse	<b>Pascale Thorwarth Lambert</b> — Gîtes	<b>Evelyne Hazemann</b> — Agriculture
<b>Laurent Bertrand</b> — Maire de Schirmeck	<b>Véronique Weilbacher</b> — Ferme-auberge	<b>Liliane Hoellinger</b> — Entreprises et services
<b>Émile Fluck</b> — Maire de Colroy-la-Roche	<b>Jacques Gruber</b> — Hôtel	<b>Perrine Hilberrer</b> — Entreprises touristique
<b>Jean-Marc Chipon</b> — Maire de Plaine	<b>Karine Vincent</b> — Gîte et chambre d'hôtes	<b>Christiane Oury</b> — Institution culturelle
<b>Olivia Guillotin</b> — Conseillère communautaire Urmatt	<b>Thierry Habersetzer</b> — Prestataire transport et chambre d'hôtes	<b>Nicolas Degermann</b> — Champ du Feu
<b>Martine Kwiatkowski</b> — Conseillère communautaire Lutzelsehouse	<b>Augustin Holveck</b> — Gîte et chambre d'hôtes	<b>Bruno Colin</b> — Commerçants
<b>Christiane Cuny</b> — Conseillère communautaire La Broque	<b>Thierry Grandgeorge</b> — Syndicat des HR	<b>Guillaume D'Andlau</b> — Tourisme de Mémoire

69

## Les conseils d'administration 2021

Jeudi 21 janvier 2021 — Mardi 12 avril 2021

**Assemblée Générale** : 1<sup>er</sup> juillet 2021

Jeudi 23 septembre 2021 — Jeudi 25 novembre 2021.

# Au cœur de l'action

L'office de tourisme de la vallée de la Bruche, constitué en association depuis 2003, a su créer une véritable dynamique entre les différents acteurs publics et privés de ce territoire. **Reconnu pour la qualité de son travail et l'esprit entrepreneurial de ses équipes, son professionnalisme souvent à la pointe de l'innovation l'amène à témoigner de son expertise...**

## L'office de tourisme constitue l'« outil » de dynamisation d'un territoire, maillon d'une chaîne dont toutes les composantes contribuent au succès :

- un **Président et un Conseil d'administration engagés**,
- une **organisation efficace** qui réunit prestataires, collectivités et associations,
- une relation de confiance avec **la Communauté de communes** de la vallée de la Bruche,
- une **grande proximité** avec les communes et tous les échelons des institutions touristiques,
- **des prestataires entrepreneurs et novateurs**,
- **des habitants impliqués**,
- une **équipe compétente et dévouée à son territoire, mobilisée à 100 %** pour satisfaire ses prestataires en mettant les clients au cœur de ses priorités.

## Notre équipe

- **Anne-Camille** : qualité/RGPD, RH, référente famille,
- **Aurore** : commercialisation, numérique et réseaux sociaux,
- **Simone** : presse, promotion, rédaction, traductions,
- **Diana** : éditions, site internet,
- **Raphaël** : manifestations, saisie numérique, développement, vélo & rando,
- **Anne-Catherine** : direction et coordination de l'équipe, relations publiques, représentation.

**La valeur d'une entreprise de service est avant tout celle de ses collaborateurs.** Accueillir, former, fidéliser des compétences et reconnaître ce que chaque collaborateur apporte au projet pour partager une fierté commune, attirer des talents aujourd'hui et cultiver ceux de demain. **Nous misons sur la jeunesse et la transmission des savoir-faire.**



Anne-Camille



Anne-Catherine



Aurore



Simone



Diana



Raphaël



Votre office de tourisme  
en quelques

## CHIFFRES

**2 BUREAUX  
D'ACCUEIL**

**225**  
jours d'ouverture

**6 SALARIÉS**  
soit 5,35 équivalents  
temps plein + un apprenti  
à 0,5 temps

Nombre de visiteurs

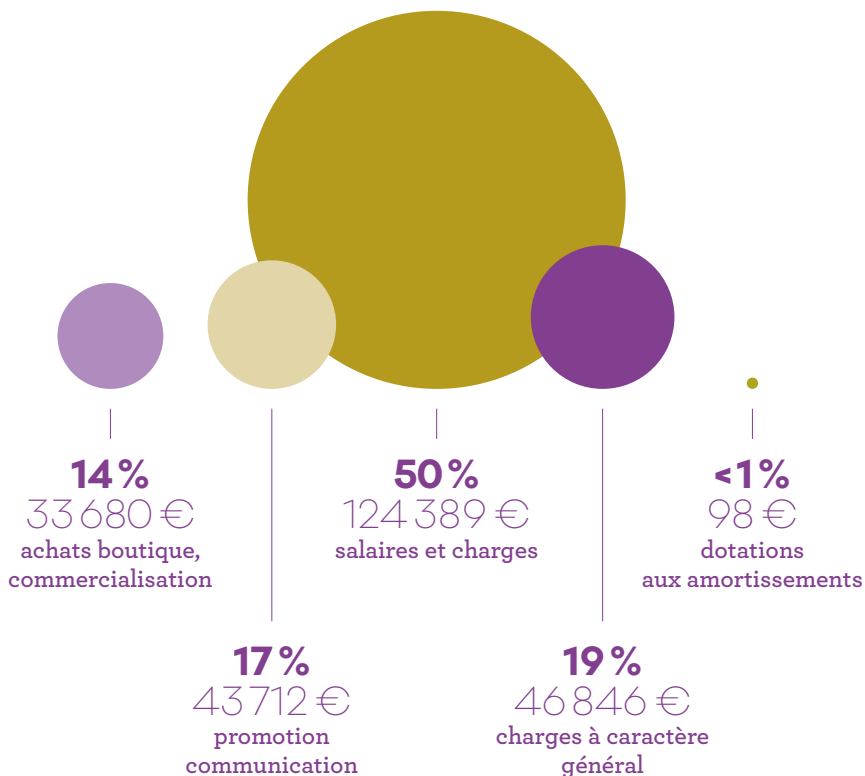
**8847** en 2020

Panier moyen de la  
boutique par contact :

**30,47 €**

# Synthèse financière

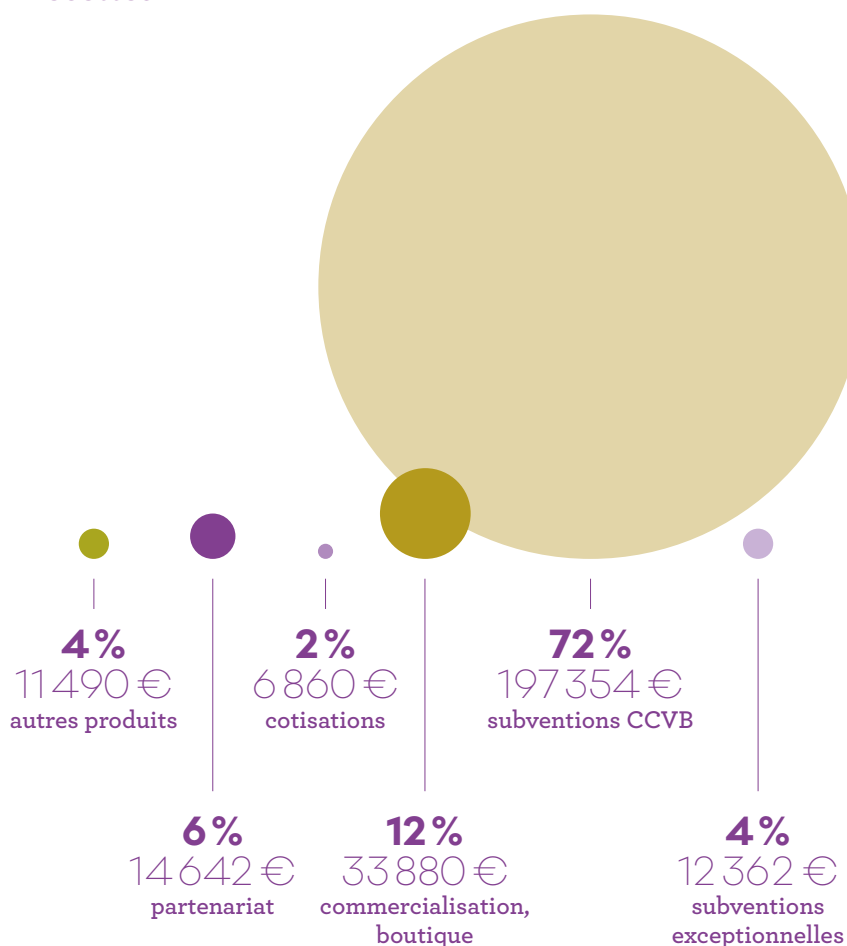
Résultats 2020 :  
dépenses



Total : 248 725 €



## Résultats 2020 : recettes

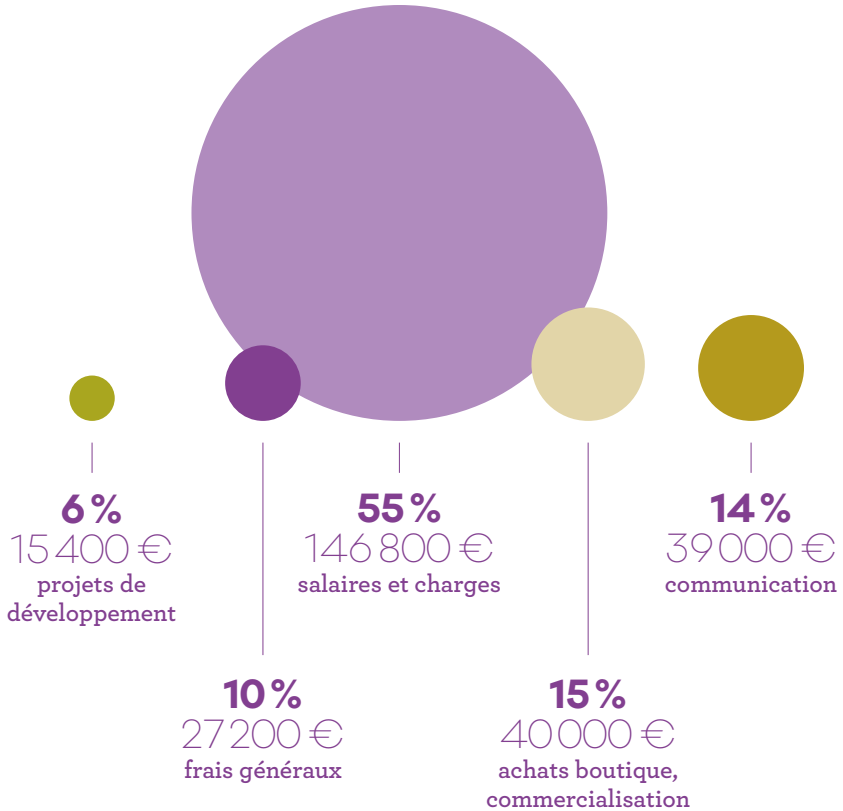


73

Total : 276 588 €

Résultats de l'exercice : 27 863 €

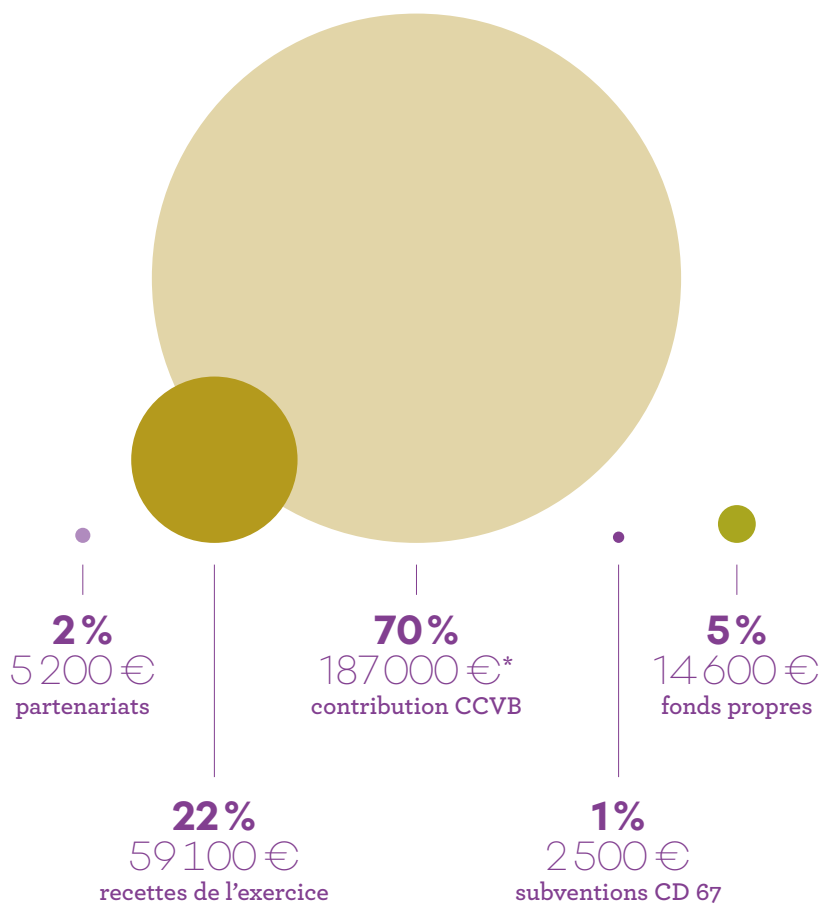
## Budget 2021 Dépenses



Budget : 268 400 €

## Budget 2021

### Recettes



75

\* À cette contribution financière s'ajoute celle en nature de la CCVB à hauteur de 144 778,76 € correspondant aux loyers et charges des deux bureaux, aux frais de personnel, à l'utilisation du matériel informatique.



# Joindre nos forces : adhérer



## Les formules d'adhésion 2021 à l'office de tourisme de la vallée de la Bruche

Devenez un partenaire privilégié de l'office de tourisme et bénéficiez de nombreuses prestations ! Les formules d'adhésion se présentent sous forme de « Packs » : pack services et pack avantages... et incluent la cotisation-partenaire.

76

## Comment faire ?

1. Découpez et **complétez** le bulletin d'adhésion situé ci-contre.
2. Accompagnez-le du **règlement** (chèque ou virement).
3. **Retournez** ce bulletin d'adhésion signé et daté : office de tourisme de la vallée de la Bruche  
114 Grand'Rue - 67130 Schirmeck

## Découvrez les formules d'adhésion 2021, la cotisation-partenaire et les « Packs » p. 58-59

- Cotisation : **40 €**
- Pack services : **50 €**
- Pack avantages : **85 €**
- Pack mini-site : **345 €**

## Rejoignez nos forces !

Devenez partenaires de l'office de tourisme : \_\_\_\_\_



Organisme<sup>1</sup> \_\_\_\_\_

Représenté par \_\_\_\_\_ Tél. fixe \_\_\_\_\_

Nom/prénom<sup>1</sup> \_\_\_\_\_ Tél. mobile \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_ Mail<sup>1</sup> \_\_\_\_\_

CP/Ville<sup>1</sup> \_\_\_\_\_ Site internet \_\_\_\_\_

Prestation	Montant TTC	Votre choix
<b>Cotisation</b> Sympathisants & personnes physiques	<b>40 €</b>	
<b>Pack services<sup>2</sup></b>	<b>50 €</b>	
<b>Pack avantages :</b> tous les services de l'office de tourisme à votre portée <sup>2</sup>	<b>85 €</b>	
<b>Pack mini-site internet : année de création<sup>2</sup></b>	<b>345 €</b>	
années suivantes <sup>2</sup>	<b>125 €</b>	

77

## Merci de faire votre choix, de compléter le document et de le retourner à :

Office de tourisme de la vallée de la Bruche  
114 Grand'Rue — 67130 SCHIRMECK

- **accompagné de votre règlement par chèque** libellé à l'ordre de l'office de tourisme,
- **ou par virement bancaire sur le compte :**  
code banque 14707 — guichet 50037 — n° de compte 37199227724 — clé RIB 17  
IBAN : FR76 1470 7500 3737 1992 2772 417 — BIC CCBPFRPMTZ

**Date & signature :** \_\_\_\_\_

**1. Mentions obligatoires.** — Les informations collectées via ce formulaire par l'office de tourisme de la vallée de la Bruche font l'objet d'un traitement ayant pour finalité l'adhésion à la structure. La base légale du traitement repose sur le respect d'une obligation légale à laquelle le responsable de traitement est soumis (art.6 §1 b). Les informations marquées d'un astérisque sont obligatoires. À défaut, nous ne serons pas en mesure de répondre à votre demande. Ces informations sont à destination exclusive de l'office de tourisme de la vallée de la Bruche et seront conservées pendant 3 ans. Vous pouvez accéder aux données vous concernant, les rectifier, demander leur effacement ou exercer votre droit à la limitation du traitement de vos données. Pour exercer ces droits, vous pouvez contacter notre délégué à la protection des données en justifiant de votre identité, par mail à [dpo@valleedelabruche.fr](mailto:dpo@valleedelabruche.fr) ou par courrier au DPO – Office de tourisme de la vallée de la Bruche, 114 Grand'Rue – 67 130 SCHIRMECK. Si vous estimez, après nous avoir contactés, que vos droits sur vos données personnelles ne sont pas respectés, vous pouvez adresser une réclamation à la CNIL. **2. Cotisation incluse.** Voir le détail des prestations au dos, page 78.

# Choisissez votre formule d'adhésion 2021

## à l'office de tourisme de la vallée de la Bruche

### Cotisation 40 €\*

**Vous devenez membre avec droit de vote à l'assemblée générale.**

\* Sympathisants et personnes physiques

### Pack services 50 €

#### Cotisation incluse

Vous bénéficiez du droit de vote à l'assemblée générale.

- Votre activité est présentée de manière synthétique sur le site internet de l'office et de ses 200 sites affiliés.
- Votre activité est mentionnée dans la base de données touristiques de l'Alsace.
- Vos événements sont mis dans l'agenda et à la une de notre site internet.
- Vous bénéficiez de la mise à disposition de brochures touristiques en nombre pour vos clients.
- À l'office de tourisme, vous échangez selon vos besoins avec un interlocuteur dédié/spécialisé.
- Vos profitez de la visibilité qu'offre la vitrine de l'office de tourisme pour promouvoir votre activité.
- L'office de tourisme diffuse vos supports de communication à sa clientèle.
- Vous êtes identifié comme partenaire recommandé par l'office de tourisme.

### Pack mini-site année de création 345 €

**Cotisation incluse l'année de création**

La formule **Pack mini-site** inclut les prestations du pack avantages, ainsi que l'accompagnement individuel à la création d'un mini-site internet.

**Les années suivantes : 125 €**

## Pack avantages 85 €

### Cotisation incluse

Vous jouissez du droit de vote à l'assemblée générale.

#### Numérique

- Votre activité/établissement bénéficie d'une visibilité optimale sur notre site internet.
- Votre activité est visible sur le site internet de l'Alsace et du Massif des Vosges et les 200 sites affiliés.
- Vous pouvez améliorer votre visibilité sur internet grâce à un nom de domaine : [votreactivitevalleedelabruche.fr](http://votreactivitevalleedelabruche.fr)
- Vous bénéficiez d'une assistance technique et d'un accompagnement numérique individualisé.
- Vous accédez à la mise à jour de vos informations et vos disponibilités en ligne.
- Vos événements sont mis en avant dans l'agenda et à la une de notre site internet.

#### Espace Pro

- Vous accédez à des supports professionnels de l'extranet de l'office de tourisme.
- Vous bénéficiez de brochures touristiques en nombre pour vos clients.
- Vous échangez selon vos besoins avec un interlocuteur dédié/spécialisé.
- Vous disposez de la vitrine de l'office de tourisme pour promouvoir votre activité.
- Vous participez gracieusement aux éductours et aux ateliers techniques... organisés par l'office de tourisme.
- Nous encaissons pour votre compte et sans frais les chèques vacances de vos clients.
- Vous pouvez intégrer sans frais l'agenda des manifestations locales dans votre site internet.
- Vous bénéficiez de la carte PRO qui vous réserve un accès gratuit aux sites touristiques partenaires.

#### Commercialisation

- L'office de tourisme affiche les disponibilités que vous lui fournissez et les propose à l'accueil.
- Vous bénéficiez du module de vente d'hébergement en ligne sur notre site internet.
- Votre activité est intégrée en priorité dans la conception de produits touristiques commercialisés par l'office de tourisme.
- Vous bénéficiez prioritairement des innovations et du développement de l'offre du territoire.
- Vos clients jouissent d'un accompagnement privilégié grâce au suivi « relation client » mis en place par l'office tourisme.

#### Promotion-communication

- Vous êtes représentés par l'office de tourisme et pouvez participer aux opérations de promotion, événementiels, salons...
- Vous bénéficiez du partage de votre actualité et de vos bons plans sur nos pages Facebook et compte Instagram.
- Nous mettons en avant vos informations de dernière minute via le module "flash info" de notre site internet.
- L'office de tourisme diffuse vos supports de communication.
- Vous profitez de nos communications presse : accueil et communiqués de presse, interventions radio...
- Vous accédez à la photothèque, logothèque, charte graphique de l'office de tourisme pour la réalisation de vos supports.
- Vous recevez prioritairement les informations et actualités de la destination.
- Vous accédez à un tarif préférentiel à nos éditions.
- Vous êtes identifiés comme « partenaire recommandé par l'office de tourisme ».

# 2020-21

## Vallée de la Bruche, une Alsace où nature & culture enrichissent un voyage personnel

Le site pour  
découvrir toutes  
nos randos!

rando-bruche.fr

**Office de tourisme  
de la vallée de la Bruche**  
**Classé catégorie I**

- 2 bureaux à Schirmeck  
et au Champ du Feu
- 1 équipe de professionnels  
qui s'engage, un conseil  
sur mesure!

114 Grand'Rue  
67130 Schirmeck

📞 + (33) 03 88 47 18 51  
tourisme@valleedelabruche.fr

### Infos & documentations

- valleedelabruche.fr
- rando-bruche.fr

🕒 **Ouvert toute l'année**  
— à Schirmeck

- 1<sup>er</sup> oct. > 14 juin  
lundi > vendredi  
10h > 12h & 14h > 17h  
(fermé le mardi matin)

- 15 juin > 30 sept.  
lundi > samedi  
9h > 12h & 14h > 18h  
(17h le samedi)

- Dimanches & jours fériés  
en juillet-août : 10h > 13h

— au Champ du Feu

- mercredi, samedi, dimanche  
20 déc. > 15 mars
- et 7/7j durant les vacances  
d'hiver des trois zones  
10h > 12h30 & 13h30 > 17h

