

2019-20

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

La vallée de la Bruche
que nous construisons
est celle dont nous rêvons
pour 2020 !



valleedela
bruche.fr



Alsace
Massif
des Vosges

rando-bruche.fr





Le bonheur n'est pas une destination à atteindre mais une façon de voyager

Margaret Lee Runbeck

05 **Édito**

1 — **Spatialité et mobilité,** un atout de la vallée de la Bruche

- 13 En train et à vélo
- 15 À pied : randonnée nature et mémoire

2 — **Cultiver nos différences,** valoriser ce qui rend la vallée de la Bruche unique

- 19 Expériences buissonnières®
- 20 Sentiers plaisir®
- 22 Mémoire et Histoire
- 23 Champ du Feu
- 24 Familles, on vous aime !

3

Fédérer autour d'une marque revendiquée par tous, source de fierté et d'appartenance

- 27 Entrées de vallée
- 27 Mobilier à selfies
- 28 Commercialisation et marketing de territoire
- 30 Boutique de l'office de tourisme
- 31 Communication et marketing
- 34 Sites internet de la vallée de la Bruche
- 35 Reportage photos et vidéos
- 36 Réseaux sociaux, blogueurs, instagrameurs...
- 39 Et pour autant le papier n'a pas disparu
- 40 Promotion, salons, événements
- 42 Presse et médias

4

Inventer l'office de tourisme de demain, ambition, objectifs et moyens

- 49 Accompagnement et ingénierie de projets
- 50 Au cœur de l'action
- 51 Formation, goût des métiers et recrutement
- 51 Relations prestataires
- 52 Rendez-vous en 2020
- 53 Communiquer avec les habitants
- 53 Faire de la taxe de séjour autre chose qu'un « gros mot » !
- 54 Office de tourisme nouvelle génération
- 55 Serment des tendances 2020
- 56 Des hommes et des organisations
- 57 L'office de tourisme en chiffres
- 60 Synthèse financière

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

La vallée de la Bruche que nous construisons est celle dont nous rêvons pour 2020



2019 a marqué la première année de mise en œuvre de la stratégie touristique de la vallée de la Bruche. Elle fixe le cap à l'horizon 2028 et permet de donner de la cohérence et du sens à l'action touristique.

05

Cette stratégie fonde une ambition pour la vallée de la Bruche, celle de passer d'un territoire d'organisation à une « destination touristique » basée sur :

Une offre :

- **innovante et différenciante** avec des services et des équipements à haute valeur ajoutée,
- **performante sur le plan énergétique** à faible incidence environnementale et à forte retombée économique,
- **en adéquation avec les tendances** des marchés de proximité et quelques marchés de niche, en prise avec les ressources locales,
- **qui bénéficie également à la population locale.**

La promesse actuelle « L'accueil est dans notre nature » est engageante et nous oblige !

**Elle affirme un positionnement tourné vers l'émotionnel
où le client est l'objet de toutes les attentions :**

- une vallée qui assume sa différence à l'égard des clichés alsaciens, qui offre apaisement et sérénité où nature et culture sont sources d'épanouissement pour le corps et l'esprit,
- un accueil humain impliqué, généreux, où habitants et professionnels s'accordent à faire du sens de l'accueil et du service, leur valeur ajoutée.

Le présent rapport d'activités et d'orientations décline les réalisations comme les projets dans les 4 orientations majeures issues de la stratégie touristique :

- 1 • **attractive**, la vallée de la Bruche est facile d'accès et fait des mobilités douces une priorité,
- 2 • **la vallée affirme sa différence**, cultive, protège et valorise sa nature et son patrimoine,
- 3 • **la « vallée de la Bruche » une marque revendiquée par tous**, source de fierté et d'attractivité,
- 4 • elle conserve une longueur d'avance en continuant à se **renouveler et à innover**.

Attachés à ce territoire, il nous appartient tous ensemble de le faire aimer avec fierté et convictions en faisant de l'accueil notre priorité, de la qualité des services notre marque de fabrique...

Anne-Catherine Ostertag
Directrice

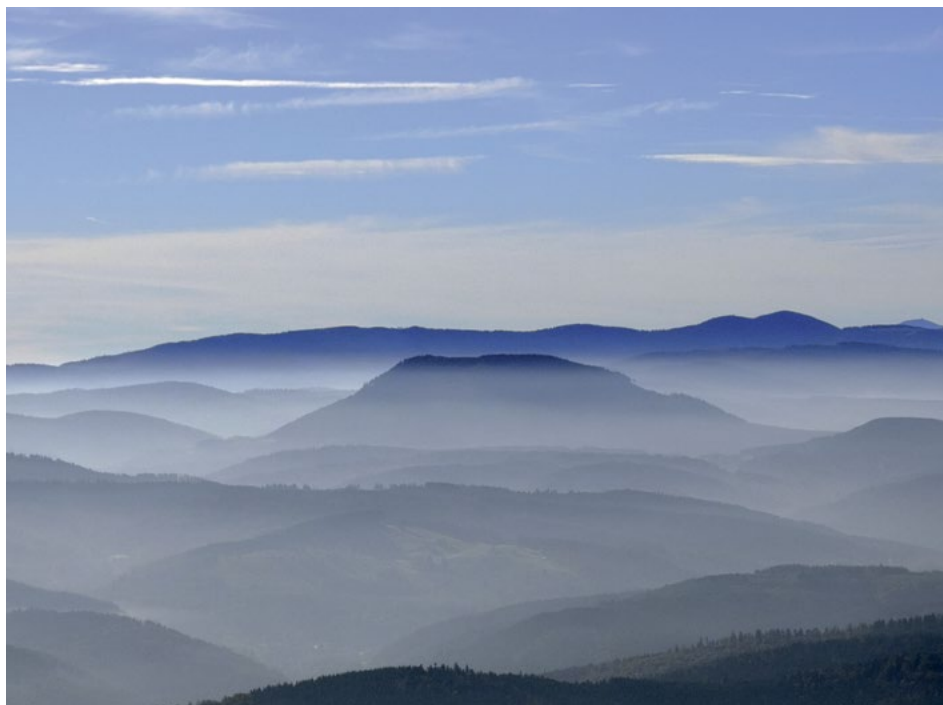
Nicolas Decker
Président

valleedela
bruche.fr

Alsace
France


MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes

> À pied ou en vélo, être émerveillé par la fameuse "ligne bleue des Vosges", par un moment de détente au coucher du soleil, ou simplement par la beauté du paysage entre prairies et forêts.



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

**Nous donner les moyens
de notre ambition. Inventer
l'office de tourisme
de demain.**

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



JEU CONCOURS

Le cabas voyageur vallée de la Bruche !

➤ RÉSULTATS ✧

Le prix du lieu le plus insolite...

Virginie et Pascal Sturm : qui l'ont fait
voyager dans la mer Rouge.

Le plus haut... Marie-Sylvie
et Jocelyne : au monastère
de Gandan en Mongolie.

Le plus loin... Carine Quaeze
en Nouvelle-Calédonie.

500 CABAS

ont été fabriqués, il n'en reste
que quelques-uns.

26 PARTICIPANTS

28 POSTS

qui ont générés une couverture
de 31365 et une portée de 3384.

L'IDÉE...

Favoriser l'appropriation et
la diffusion de la « marque de
destination » vallée de la Bruche...
et la faire rayonner bien au-delà
de ses frontières.



Pour 2020 : une idée originale ?
Faites-nous en part !



Virginie & Pascal Sturm



Marie-Sylvie & Jocelyne



Nouvelle-Calédonie
Lifou
Carine Quaeze

1 / 4

Spatialité et mobilité

un atout de la vallée
de la Bruche

- En train et à vélo
- À pied : randonnée nature
et mémoire



Spatialité & mobilité

La vallée de la Bruche, attractive par son caractère montagnard, est facilement accessible par les airs, la route, le rail et désormais, par la piste cyclable depuis Strasbourg. Toute l'année, proche de bassins de population importants, elle constitue un bol d'air, de nature et de culture à portée de centres urbains...

L'évolution des modes de vie en ville, les changements climatiques, le développement des courts séjours de proximité renforcent les besoins d'accessibilité, accordant aux territoires comme le nôtre un atout important.

À nous d'inventer les vacances qui "vont avec" et de construire une offre de tourisme sans voiture et « sans couture » qui rend les combinaisons train-vélo-rando simples et efficaces...



En train et à vélo

Dès 2013, l'office de tourisme de la vallée de la Bruche a cru au développement du vélo à assistance électrique. En adhérant au réseau Movelo, il a su fédérer quelques prestataires, en créant des offres : Croq'velo ou Croq'terroir. Il a donné du contenu à une offre vélo dans la vallée de la Bruche. **Avec la construction de la piste cyclable, une nouvelle étape peut être franchie, celle de la mise en tourisme à venir de l'itinéraire des « sources de la Bruche au Rhin »...**

2019, a été l'année de...

- la création de **circuits vélo** dans le cadre du site internet de randonnée,
- le déploiement des **offres combinées Croq'velo, Croq'terroir et Vel'ness,**
- la création d'un **film de promotion** de la vallée de la Bruche comme destination vélo,
- **l'obtention du label Accueil Vélo.**

En 2020, nous envisageons...

- de créer de **nouvelles offres combinées autour du vélo à assistance électrique de nouvelle génération : Roulez-Goutez, Histo'velo...**,
- d'éditer **une brochure de promotion/vente** reflet de la palette de l'offre, en plusieurs langues (allemand et anglais),

- d'engager la **réflexion sur les aménagements** autour de la piste cyclable,
- de préparer la **mise en tourisme de la piste cyclable : signalétique, communication...**,
- de renforcer le travail partenarial avec les autorités en charge des transports pour **témoigner de notre attachement à la ligne Strasbourg-Saint-Dié** au moment où se prépare son ouverture à la concurrence,
- de nous **inscrire dans le contrat de réciprocité entre l'Eurométropole de Strasbourg et la communauté d'agglomération de Saint-Dié,**
- **de promouvoir le label accueil à vélo** auprès de nos partenaires,
- de préparer un **événement autour de la piste cyclable** pour 2021.

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



« 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.



**France vélo
TOURISME**

À pied : randonnée nature et mémoire

Les carnets de sentiers à thèmes, les sentiers ludiques, le site rando-bruche.fr, les Sentiers plaisir® sont autant d'initiatives qui concourent à faire de la vallée de la Bruche une destination phare pour randonner. Encore faut-il que l'on soit perçu comme le « hub de la randonnée » !

Nous voulons en faire un territoire d'excellence en matière de randonnée par le développement d'offres et de services qui valorisent également l'agriculture et la qualité des paysages qu'elle contribue à façonner.

Pour cela, il nous faut continuer à innover, mais aussi soutenir et encourager le Club Vosgien dans son indispensable travail de fourmi de balisage des sentiers, multiplier les services aux randonneurs et surtout communiquer ! Valoriser le massif du Donon pour sa dimension « nature et culture » et le Champ du Feu pour les activités de pleine nature, mais aussi développer les passerelles entre les trois sites culturels majeurs du territoire (Mémorial Alsace-Moselle, Struthof, Musée J-F. Oberlin).

15

Le site rando-bruche.fr

- **Depuis sa mise en ligne en mai 2018 le site internet de randonnée fait un carton !**
 - **48 fiches de randonnées à pied et 19 fiches de randonnées vélo,**
 - **la fréquentation du site va croissant,** signe qu'il répond à une attente.
- **Quelques chiffres 2019 concernant rando-bruche.fr**
 - **13 907** utilisateurs,
 - **18 518** sessions ouvertes,
 - **53 663** pages vues,
 - **2 min 37** : durée moyenne des sessions.

En 2019, nous avons...

- rajouté de nouveaux itinéraires et enrichi les fiches du site internet de randonnée rando-bruche.fr,
- pris en compte les commentaires et suggestions pour amender les fiches,
- **réalisé un mini film de promotion** en deux versions pour la promotion du site internet de randonnée,

- renouvelé et **créé deux nouveaux carnets** dans la collection des randonnées à thèmes...

→ **le sentier des Passeurs enrichi** par l'histoire de la ligne bleue des Vosges,

→ **le sentier de la Mémoire à l'Histoire** autour du camp de sûreté de « Schirmeck-Vorbrück ».

En 2020, nous avons prévu...

- d'améliorer le site de randonnée également sur le plan technique et de créer de nouvelles rubriques,
 - de renforcer la communication sur le site rando-bruche.fr notamment à travers le film de promotion,
 - **de créer des panneaux de présentation des sentiers des Géants** aux départs des gares de Lutzelhouse, Wisches et Hersbach
- pour inviter à la randonnée et accéder aux points de départ,
 - de participer à une démarche coordonnée par l'ADT à l'échelle du Massif des Vosges pour **mettre en place des tables tactiles** permettant aux touristes de visualiser les itinéraires de randonnées pour faire leur choix,
 - **de créer et d'éditer deux nouveaux sentiers thématiques** dans la collection des carnets dont le succès ne se dément pas :
 - **autour du sentier du drapeau**,
 - **autour du site du Petit Donon**.
 - **de continuer une veille sur les nouvelles tendances rando :** nouveaux produits ? Quelles innovations ?
 - de créer un événement sur le thème de la forêt pour **faciliter l'approche et l'appropriation de la forêt** par de nouveaux publics.



> Deux nouveaux carnets dans la collection des randonnées à thèmes

2 / 4

Cultiver nos différences,

valoriser ce qui rend
la vallée de la Bruche
unique

- Expériences buissonnières®
- Sentiers plaisir®
- Mémoire et Histoire
- Champ du Feu
- Familles, on vous aime !



Ce qui rend la vallée de la Bruche unique

La vallée de la Bruche s'adresse à un public en quête d'accomplissement personnel... elle recèle de nombreuses pépites mais ne se livre pas d'emblée. Son positionnement est axé sur l'émotionnel et la dimension humaine. Le tourisme que l'on y pratique est un tourisme de sens, de ressourcement, de reconnexion avec la nature.

C'est une Alsace vosgienne où nature et culture enrichissent un voyage personnel à forte valeur ajoutée en ce qui concerne la de qualité d'accueil. Il nous appartient de cultiver cette spécificité qui nous distingue et de valoriser les offres de loisirs de plein air, de bien-être, de culture, de sites et paysages et d'agriculture.

Expériences buissonnières®

Dès 2018 nous avons perçu une tendance de fond dans le tourisme, celui de « l'expérience », d'un tourisme qui fait la part belle à la rencontre, à la dimension du partage : de « l'être » plutôt que de « l'avoir », du « participatif » plutôt que du « contemplatif ». Nous avons imaginé et déposé le concept d'Expériences buissonnières® et nous en avons créé 5. Distinctives, les Expériences buissonnières® constituent les « têtes de gondoles » de notre offre. Innovantes et dans l'air du temps, elles mettent l'accent sur le « vivre », la rencontre, le temps partagé et à prendre pour soi. Elles nous ont permis une communication qui participe pleinement dans la forme de tourisme de sens et d'émotion, que nous voulons développer. À noter toutefois que les ventes ne sont pas à la hauteur de la visibilité et du « capital sympathie » qu'elles nous accordent.

En 2019

Nous avons capitalisé sur les efforts entrepris tout en étant à l'affût des compétences qui pourraient faire l'objet d'une nouvelle Expérience buissonnière®.

En 2020

Nous devons engager un bilan et une réflexion quant aux perspectives :

- selon le cas, il nous faudra **intensifier les efforts de promotion** pour les offres déjà existantes,
- en abandonner certaines et/ou en créer de nouvelles
- ou **faire évoluer le concept**.



Brochures des Expériences buissonnières®.
Nouveau : la virée à Deux-che !

Sentiers plaisir[©]

Les Sentiers plaisir[®] constituent la marque de fabrique de la vallée de la Bruche, ils caractérisent la générosité de l'accueil bruchois associé à la pratique de la randonnée. 2019 a été une année exceptionnelle, elle a marqué le 30^e anniversaire de cette généreuse entreprise qui nous identifie et nous est unique... Les petits livrets sobres et colorés sont à l'image de cette belle initiative dont le succès ne se dément pas.

En 2019, nous avons...

- **fêté dignement** les 30 années de fidélité des amateurs des Sentiers plaisir[®] **à l'occasion d'une fête "O moteur O déchet"** le 30 Juin, 14 randonnées ont convergé vers le col de la Perheux... Un beau succès et une belle couverture médiatique pour un moment exceptionnel rassemblant **plus de 500 participants**,
- **créé des gourdes, gobelets et casquettes « anniversaire »**,
- marqué l'ouverture de la saison des Sentiers plaisir[®] avec une balade au lever du jour au Donon pour le solstice d'été avec 80 personnes,
- accueilli **1 843 participants** sur **90 randonnées** proposées par **54 accompagnateurs soit une moyenne de 20 personnes par sortie**,
- diversifié les thématiques et élargi le cercle des accompagnateurs avec des randonnées autour des reconnections avec la nature,

- **ajouté de nouveaux rendez-vous** avec : le relieur, le scieur, aux côtés des RDV à la ferme et à la synagogue, du 15 juillet au 31 août, un franc succès pour toutes les thématiques,
- accueilli 480 personnes **lors des 2 RDV à la scierie**,
- accueilli 400 personnes **lors des 14 RDV à la ferme**, sur deux fermes volontaires,
- permis à 130 personnes de découvrir un patrimoine méconnu lors des **12 ouvertures hebdomadaires de la synagogue de Schirmeck**,
- accueilli 25 personnes lors des **6 RDV à l'atelier du relieur**.





En 2020, notre projet consistera...

- à assurer la continuité des Sentiers plaisir® en prenant soin d'adapter les départs aux horaires des trains chaque fois que c'est possible,
- à varier entre « grands classiques » et nouveautés, autour des thèmes :

nature, patrimoine, famille et bien-être,

- à mettre en lumière la dimension vivifiante, apaisante et ressourçante de la forêt,
- à poursuivre et étoffer les RDV et les "rencontres avec",
- à former les accompagnateurs aux gestes et conditions d'encadrement des sorties.

Mémoire et Histoire

Le tourisme de mémoire fait partie des marqueurs emblématiques de notre vallée avec des sites parmi les plus fréquentés en Alsace comme le Struthof, le Mémorial Alsace-Moselle ou encore le fort de Mutzig... L'office de tourisme entend renforcer les synergies entre les sites et structurer l'offre locale de tourisme de mémoire en y incluant des lieux tels que le Petit Donon, Niargoutte ou l'ancien camp de Schirmeck -Vorbrück...

Mais notre histoire se singularise aussi par des grands hommes à l'instar de Jean-Frédéric Oberlin dont le musée recèle encore et toujours d'inépuisables sources d'émerveillement.

En 2019 nous avons...

- créé la **nouvelle offre Billet Duo avec les sites du Mémorial et du Struthof** et mis en place un billet combiné en vente à l'office de tourisme,
- accompagné la commune de la Broque dans la **réalisation d'une stèle** et d'un panneau à l'emplacement de l'ancien camp de Schirmeck-Vorbrück,
- **réalisé un itinéraire de la Mémoire à l'Histoire** entre Schirmeck et La Broque et édité un livret.

En 2020, nous avons prévu de...

- poursuivre l'accompagnement de la commune de Wisches en vue du classement du Petit Donon au titre des « Sites » par décret ministériel,

- commencer à travailler sur un **itinéraire en boucle pour le Petit Donon** et un projet de communication adapté au lieu,
- accompagner le projet de création d'un centre de **rencontre et d'ateliers au Musée J-F. Oberlin de Waldersbach**,
- appuyer la communication des **expositions des sites culturels**.



MÉMORIAL
ALSACE-MOSELLE



ANCIEN CAMP
DU STRUTHOF

Champ du Feu

Notre vallée a la chance de bénéficier d'une station et de plusieurs sommets emblématiques : Champ du Feu, Donon, Climont, Rocher de Mutzig qui contribuent à notre notoriété. L'office de tourisme est présent dans la station du Champ du Feu depuis la saison 2004. Il y exerce des fonctions d'accueil et d'information des publics mais aussi de gestion du bâtiment et de la salle hors sac. Toute l'équipe a ainsi développé sa culture de la montagne ainsi que les collaborations avec les autres stations du massif et les offices de tourisme proches du Champ du Feu. Avec 10 autres stations, nous travaillons activement à l'enrichissement de notre « offre famille » dans la cadre de la filière Massif des Vosges en famille nous positionnant ainsi dans notre double attachement Alsace-Vosges.

Hiver 2018/2019

- **Chalet du Champ du Feu du 21/12 au 9/03 en station :** l'office de tourisme assure les fonctions d'accueil, d'information et assure la gestion du bâtiment public.
- **Bureau d'accueil en station l'hiver et durant les fêtes d'été :** ouverture du mercredi, samedi et dimanche hors vacances scolaires et **7j/7** pendant les congés scolaires toutes zones confondues, soit **56 jours d'ouverture hivernale + 10 jours durant les fêtes de l'été**, pour un total de **4 675 personnes renseignées**. Une fréquentation en hausse malgré un enneigement discontinu.
- **Salle hors sac : 32 095 personnes** ont fréquenté la salle hors sac sur **82 jours d'ouverture**.

Hiver 2019/2020

Pour faciliter les réservations de la salle hors sac nous avons développé un site de réservation en ligne www.reservation.lechampdufeu.fr. Plus souple et moins chronophage, la première année de fonctionnement a donné satisfaction et devra néanmoins faire l'objet de quelques ajustements pour la prochaine saison.

23



Familles, on vous aime !

Notre vallée jouit aujourd'hui d'une clientèle fidèle à fort pouvoir d'achat dont elle ne peut que s'enorgueillir. Jusqu'ici elle profitait en outre d'un renouvellement « naturel » de clientèle à travers les nombreuses colonies et centres de vacances ou encore les chalets des clubs sportifs... Cette source potentielle s'est largement tarie, rendant préoccupant le renouvellement de nos clientèles. **La filière Massif des Vosges en famille dans laquelle nous nous sommes inscrits dès sa création, a opté pour faire valoir auprès des familles les atouts des Vosges et développer une offre adaptée à leurs exigences.**

En 2019, nous avons...

- renouvelé notre **engagement financier** dans la démarche Massif des Vosges en famille,
- édité des sets de tables « **jeux de l'oie** » à colorier,
- **créé trois circuits poussettes**,
- reconduit l'animation de la filière.

En 2020, nous prévoyons de...

- poursuivre la démarche famille et de participer aux actions collectives,
- **accompagner les communes** dans la mise en œuvre de leurs projets de sentier, en particulier Ranrupt,
- **réaliser un jeu de piste** permanent supplémentaire en partenariat avec la commune de La Broque,
- **marquer les lieux de départ des jeux de piste** avec des boîtes de distributions de documents et une signalétique adaptée.



» Jeu de l'oie à colorier et circuits poussettes

3 / 4

Fédérer autour d'une marque,

revendiquée par tous,
source de fierté
et d'appartenance.

- Entrées de vallée
- Mobilier à selfies
- Commercialisation et marketing de territoire
- Boutique de l'office de tourisme
- Communication et marketing
- Sites internet de la vallée de la Bruche
- Reportage photos et vidéos
- Réseaux sociaux, blogueurs, instagrammeurs...
- Le papier n'a pas disparu
- Promotion, salons, événements
- Presse et médias



Marque «vallée de la Bruche», source de fierté, d'attractivité et d'innovation

La vallée de la Bruche est différente des clichés alsaciens. Elle se distingue par l'originalité de ses offres, la qualité de ses initiatives, l'audace et l'esprit d'entreprise de ses acteurs, la générosité de ses habitants...

Alors pourquoi ne pas le revendiquer et renouer avec la fierté d'en être ou celle d'appartenir à une vallée qui ose, entreprend, surprend et innove.

26

Les offres que nous proposons sont en phase avec le marché. Cependant, dans ce domaine rien n'est jamais acquis et la réussite dépend de tous. Il nous faut fédérer les acteurs du tourisme et les habitants pour partager un marketing de destination qui fasse sens et accroisse la notoriété.



valleedelabruche.fr
rando-bruche.fr



Youtube :
Vallée de la Bruche



[#valleedelabruche](https://www.instagram.com/valleedelabruche)
[#visitbruche](https://www.instagram.com/visitbruche)
[#fiersdetrebruchois](https://www.instagram.com/fiersdetrebruchois)



Vallée de la Bruche
Champ du Feu tourisme

Entrées de vallée

Augmenter la visibilité de la destination par différents moyens et renforcer la fierté et le sentiment d'appartenance à un territoire, tels sont les objectifs du projet de marquage des entrées de la vallée non par des panneaux mais par un ou des objets ou représentations emblématiques. Ainsi est née l'idée de matérialiser les entrées routières de la destination par des « portes d'entrée ».

En 2020, un premier projet devrait voir le jour sur le rond-point de Heiligenberg, déclinable ou amendable en d'autres lieux en guise de marqueur de territoire.

Mobilier à selfies

27

Difficile de pas avoir entendu parler de ce phénomène qui se répand sur la planète entière. « *Nous avons ici affaire à une sorte de “viralité comportementale”, à l’instar du terme lui-même, encore quasi inconnu il y a quelques temps et dont on dit qu’il s’agit du mot de l’année !* », explique le philosophe Éric Sadin, auteur de *L’Humanité augmentée* (L’échappée, 2013). Si la pratique de l’autoportrait n’est pas nouvelle, celle du selfie est devenue un phénomène par la mise en scène de soi diffusée sur ses réseaux dans l’espoir que la publication soit « likée » ou encore plus : qu’elle soit commentée et relayée... La viralité des réseaux sociaux offre ainsi une formidable opportunité de véhiculer l’image d’un lieu contribuant de fait à sa notoriété. Reste à faire preuve d’originalité pour favoriser la diffusion d’une image valorisante.

En 2020, il est prévu d’étudier la réalisation d’un mobilier distinctif et d’identifier les lieux les plus appropriés pour les planter.

Commercialisation et marketing de territoire

Parce que le soleil ou la montagne ne suffisent plus à eux seuls à attirer les touristes, les destinations touristiques doivent trouver des arguments différenciants pour se distinguer. Pourtant, malgré cette volonté il est rare de trouver des territoires qui assument un positionnement distinct voulant satisfaire tout le monde, au risque de ne satisfaire personne. Notre positionnement d'un tourisme basé sur l'émotion, la sincérité, l'humain, la mobilité douce, les circuits courts nous a permis de décliner des offres distinctives telles que les Expériences buissonnières® ou les offres autour du vélo à assistance électrique. **L'office de tourisme joue son rôle d'initiateur d'innovations et d'expérimentations en phase avec les tendances du marché. Cette prise de risque que lui permet son statut public.**

28

Commercialisation

Du fait d'une réforme drastique du code du tourisme, la transposition d'une directive européenne est entrée en application dans le droit français en décembre 2018. Outre des changements majeurs dans la notion de « produit touristique », est apparue la « responsabilité de plein droit » du professionnel qui vend un service de voyage.

— En 2019,

- nous nous sommes **formés à cette nouvelle responsabilité** et à ses nombreux impacts,
- nous avons travaillé à la **refonte de nos conventions** avec nos prestataires, **à la mise en**

conformité de nos contrats,

conditions générales de vente, documents précontractuels...

- nous avons **conçu de nouveaux produits touristiques à la journée** adaptables à toutes les formes de séjours ou d'excursions,
- nous avons **commercialisé nos offres à la journée et nos boîtes cadeau.**

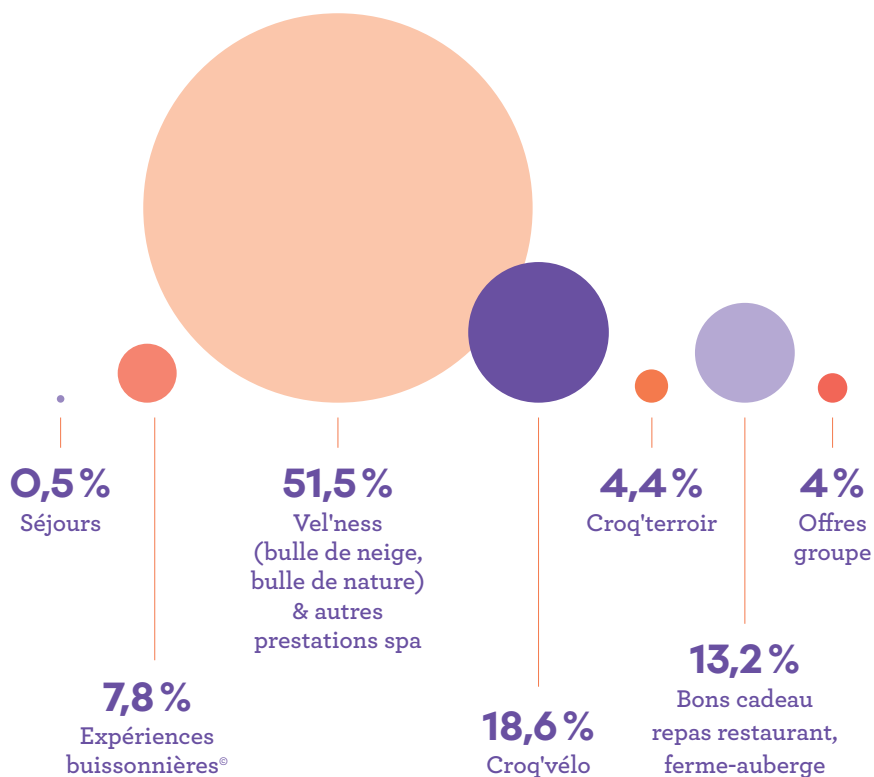
→ voir évolution des chiffres p. 29.

— En 2020,

- nous envisageons de **sécuriser et faciliter les transactions** par l'acquisition d'un logiciel de commercialisation,
- nous restons à l'affût des tendances pour tenter **d'imaginer les offres de demain.**

Les produits touristiques 2019

191 dossiers représentant 580 personnes
dont 7 groupes



29

À travers la commercialisation de produits touristiques,
le rôle de l'office de tourisme est avant tout d'innover et de packager
des produits dans « l'air du temps ».

La boutique de l'office de tourisme

Vitrine de productions locales et de produits emblématiques de l'Alsace elle nous permet d'offrir en un lieu une palette de beaux produits à offrir ou à s'offrir en guise de souvenirs. Mais aussi de créer quelques produits aux couleurs de la marque « vallée de la Bruche » qui véhiculent l'image au-delà des limites de notre région. Exigeante quant à la qualité des produits, la boutique se renouvelle régulièrement et constitue pour les locaux une source d'inspiration de cadeaux. Elle nous permet en outre de participer avec des boutiques éphémères aux marchés alsaciens avec la Fédération des Artisans et Producteurs, en mettant les produits à l'honneur pour promouvoir la destination.

Dans la continuité de 2019, en 2020 nous voulons...

- **renouveler la gamme de produits** en poursuivant nos recherches d'objets et de produits de qualité Made in vallée de la Bruche ou Made in Alsace,
- offrir à nos partenaires la **possibilité de profiter de la visibilité de nos vitrines en ville,**
- poursuivre le **partenariat avec les commerçants de l'association PROVAL** à l'instar de l'opération Tour de France 2019,
- **accompagner la Fédération des Artisans et Producteurs sur les marchés alsaciens** avec des boutiques éphémères à Hastière, Novalaise.



Rejoignez nos forces !
Devenez un partenaire privilégié de l'office de tourisme et bénéficiez de nombreuses prestations !

Voir page 64.

Communication et marketing

Se rendre visible par tous les moyens, pour faire parler de soi, ne pas être oublié, entretenir une relation de confiance avec ses clients et continuer de les surprendre, de les rassurer... sites internet, blogueurs, influenceurs, réseaux sociaux, presse et médias salons, évènements, les moyens de communication se multiplient, aucun ne disparaît vraiment et pourtant tout s'accélère... Un sentiment d'envahissement de notre vie privée va jusqu'à pousser certains par réaction à décrocher des réseaux sociaux ; quand d'autres, gagnés par l'anxiété généralisée de la vitesse du changement et la menace d'insécurité se mettent à rejeter tout en bloc pour se recentrer sur leurs valeurs et priorités... dans ce contexte comment exister ? Miser sur la qualité !

Les sites internet de l'office de tourisme

Dotés de la crédibilité institutionnelle, ils participent à la séduction par la destination : valleedelabruche.fr, ou facilitent l'accès à l'offre touristique thématique : rando-bruche.fr.

Incontournables pour les uns, ils n'ont aucune crédibilité pour d'autres, qui considèrent l'avis des clients comme prioritaire. Dans tous les cas, ils sont rassurants ou complémentaires pour ceux qui croisent les informations.

Nous avons poursuivi notre collaboration avec un des principaux prescripteurs de vente en ligne de manière à permettre

l'achat d'hébergements en ligne depuis notre site. De nouvelles rubriques ont été créées sur le site de randonnée « Parcours d'orientation » et « Balade fraîcheur ». Nous avons également traduit complètement le site vallée de la Bruche en 3 langues.

En 2020, nous avons pour objectif de traduire le site de randonnée en allemand.

Si le déploiement de l'information sur le territoire via des vitrines numériques n'a pas été mis en œuvre tel que prévu en 2019, le projet d'apporter de l'information aux clients durant le séjour et leur faciliter l'accès à toute l'offre n'est pas abandonnée pour autant.

À ce titre, nous restons attentifs au déploiement de la GRC en Alsace pour rejoindre l'action collective d'accompagnement avant, pendant et après le séjour.

Il n'y a pas de **denrée plus périssable que l'information**

Or il faut de l'**information « chaude », fiable et enrichie de quantités d'images de qualité.**

Pour contribuer à un bon référencement, la production régulière de contenus est indispensable. Pour toutes ces raisons, la saisie d'informations relatives à la vallée de la Bruche occupe à minima deux personnes de l'office de tourisme à plus de 80 % de leur temps de travail. Le volume à traiter est important, plus de 2 000 fiches pour notre seul territoire ! La nécessité de la maintenir à jour est une préoccupation quotidienne.

— **En 2019, comme en 2018, la base de données LEI enrichie par les offices de tourisme est l'outil principal de visibilité.**

Elle alimente plus de 200 sites internet dont ceux de l'Alsace et du Massif des Vosges et bien entendu les sites :

→ valleedelabruche.fr

→ rando-bruche.fr

La saisie des informations dans cette base de données offre une fabuleuse vitrine numérique et nous permet en outre d'éditer un calendrier (numérique et papier) des manifestations des semaines à venir. Pour encore plus de souplesse et de réactivité, nous sollicitons et accompagnons les organisateurs de manifestations dans la mise à jour de leurs propres données.

— **Visibilité :**

La saisie et la mise à jour de tous les sites et établissements de notre territoire (plus de 2 000) a un impact sur la visibilité et la notoriété de notre territoire à en juger par la consultation des fiches LEI « entité Bruche », en 2019 sur les sites « Alsace » :

→ tourisme-alsace.com

→ noel.tourisme-alsace.com

→ alsace-route-des-vins.com

→ alsace-en-famille.com

→ alsaceavelo.fr

— **Visibilité en chiffres :**

Nombre
de vues

84303

Nombre
de clics url

4475

Nombre
d'envois @

1610

Nombre
de fiches vues

787

TOP 10* des pages les plus vues

Nombre de vues :

- Le Donon, montagne sacrée
16 355
- Centre européen du résistant déporté - site de l'ancien camp de concentration Natzweiler-Struthof
6 932
- Mémorial Alsace-Moselle
4 903
- Hostellerie La Cheneaudière & Spa - Relais & Châteaux
3 435

Circuit rando
D05 : Le sentier
archéologique
du Donon

2 507

• Champ du Feu

2 344

• Hôtel-restaurant
Julien & Spa

2 109

• Nature-SPA La
Cheneaudière

2 098

• Station de ski
du Champ
du Feu

1 194

• Luge au Champ
du Feu

1 194

• Cascade
de la Serva

1 118

Les sites internet de la vallée de la Bruche



valleedelabruche.fr

- Pages vues : + 35 %
 - 258 183 en 2018
 - 348 017 en 2019
- Nombre de sessions + 48 %
 - 102 720 en 2018
 - 152 048 en 2019
- Nombre d'utilisateurs + 46 %
 - 78 197 en 2018
 - 114 537 en 2019
- Top 5 des clics sur la page d'accueil
 1. C'est décidé je réserve
 2. Incontournables
 3. Histoire et culture
 4. Bruche unique
 5. En hiver

rando-bruche.fr

- Depuis sa mise en ligne en mai 2019 le site internet de randonnée fait un carton !
 - 48 fiches de randonnées à pied et 19 fiches de randonnées vélo,
 - la fréquentation du site va croissante, signe qu'il répond à une attente.
- Quelques chiffres 2019 concernant rando-bruche.fr
 - 13 907 utilisateurs,
 - 18 518 sessions ouvertes,
 - 53 663 pages vues,
 - 2 min 37 : durée moyenne des sessions.

Reportages photos et vidéos

Parce qu'une image vaut mieux que mille mots dans le domaine du tourisme en particulier, l'office de tourisme investit dans l'amélioration et le renouvellement de sa banque d'images et de vidéos de façon mutualisée avec le Pays Bruche Mossig Piémont et le soutien des fonds européens.



www.youtube.com/user/othvb

En 2019, nous avons enrichi notre vidéothèque faite de films courts en différents formats destinés à une diffusion notamment **sur les réseaux sociaux**. Disponibles sur Youtube, les vidéos sont à la disposition de chacun et ne demandent qu'à être partagées !



Les Expériences buissonnières®
de la vallée de la Bruche

→ bit.ly/2HHHM2q



Croq'vélo et Croq'terroir :
pédalez et savourez

→ bit.ly/2T2o3zY



Le Champ du feu,
1099m de sensations

→ bit.ly/2T4SKUZ



La randonnée
dans la vallée de la Bruche

→ bit.ly/37SUPJm

Réseaux sociaux, blogueurs, instagrammeurs...

Ils ont envahi le monde du tourisme, font et défont les notoriétés avec puissance et avec plus ou moins de discernement mais nous devons y prendre notre part et tenter de favoriser la visibilité des bons commentaires et leur contagion.

En 2019

La présence de Martine, stagiaire en communication nous a permis d'intensifier notre présence sur les réseaux sociaux au 1^{er} semestre. Elle a été suivie d'une intense programmation tout l'été, axée sur les Sentiers plaisir® et toutes les animations, sorties, rendez-vous associés.

Quelques résultats mesurables :

- **des publications régulières sur Facebook** : nous avons publié une moyenne de 1,26 post par jour avec une forte concentration sur l'été avec les 30 ans des Sentiers plaisir® & le passage du Tour de France,
- **des posts réguliers sur Instagram** : avec des photos issues de notre photothèque sur divers sujets. Mais également des repost de beaux clichés d'igers (utilisateurs d'Instagram) qui ont identifié la vallée de la Bruche

via les **#visitbruche**

& **#valleedelabruche**,

- **69 écrans publiés en stories pour plus d'instantanéité** : présence sur un salon, la météo, la nouvelle boutique, l'inauguration de la stèle de La Broque...

En 2020, nous prévoyons de...

- maintenir cette vitesse de croisière **fréquence de publication sur Facebook et Instagram**,
- développer des **stories Instagram**,
- intensifier les jeux en ligne pour **favoriser les interactions**,
- favoriser la visibilité des **#visitbruche** et **#valleedelabruche**,
- déployer des **mobiliers à selfie**,
- lancer **#fiersdetrebruchois** auprès des habitants.

Facebook de destination en 2019 vallée de la Bruche et Champ du Feu


6373 FANS
 EN 2019

contre 5392 fans en 2018

— Page vallée de la Bruche

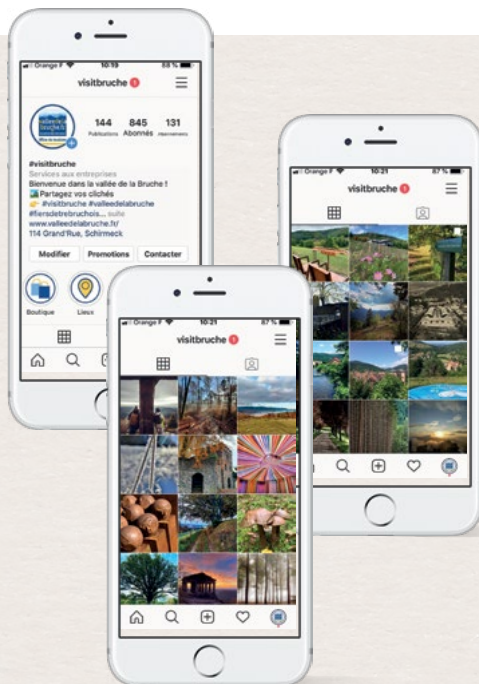
- Abonnés **4392 fans**
- Portée des publications
830685 : +76 %
- Nombre de publications
411 : +68 %
- Interactions (like, commentaires, partages)
100526

— Page Champ du Feu

- Abonnés **1981 fans**
- Portée des publications
111906 : +79 %
- Nombre de publications
105 : +184 %
- Interactions (like, commentaires, partages)
10930

Instagram en 2019 **#visitbruche** **#valleedelabruche**

- Abonnés **#visitbruche**
827 : +91 %
- Nombre de publications
80 : +176 %
- **#visitbruche**
1150 : +413 %
- **#valleedelabruche**
1575 : +520 %



1

« VOUS ÊTES DYNAMIQUE,
MOTIVÉ(E), PRÊTE
À APPRENDRE ? [...]
QUELLE QUE SOIT VOTRE
FORMATION INITIALE
VENEZ REJOINDRE NOTRE
ÉQUIPE [...]! PROFIL DE
POSTE : CDI À TEMPS PLEIN. »
15 200 personnes atteintes



2

« EN PANNE D'IDÉES
POUR VOS SORTIES
RANDO ? QUE CE SOIT
À PIED, À VÉLO,... EN
FAMILLE, ENTRE AMIS,...
AVEZ LE RÉFLEXE
RANDO-BRUCHE.FR »
12 400 personnes atteintes

« [ÉCHAPPÉES BELLES]
IL Y A QUELQUES JOURS,
L'ÉQUIPE D'ÉCHAPPÉES
BELLES A TOURNÉ
À BLANCHERUPT... »
10 900 personnes atteintes



4

3



« URGENT ! POUR UNE
ÉDITION À VENIR
NOUS SOMMES À
LA RECHERCHE DE
L'ORIGINAL DE CETTE
PHOTO DE LA COLONIE
DE VACANCES DE
SCHIRMECK »
**11 800 personnes
atteintes**

TOP 5 MEILLEURS POSTS 2019



5

« [AVIS DE RECHERCHE]
CE MOMENT CONSTITUE
UNE ÉTAPE DANS LA
RECONNAISSANCE
ET LA TRANSMISSION
DE LA MÉMOIRE DES
NOMBREUX INTERNÉS
QUI ONT PAYÉ ICI,
PARFOIS DE LEUR VIE,
LEUR LIBERTÉ DE PENSER
ET D'AGIR.
9 000 personnes atteintes

Et pour autant le papier n'a pas disparu

Plus écoresponsable avec des papiers issus de forêts en gestion durables, plus allégé, plus qualitatif, il nous est toutefois impossible de nous en passer. Les éditions continuent de mobiliser une part importante de notre temps et de nos budgets. Les éditions sont indissociables de nos présences en salon où nous continuons d'entretenir une relation privilégiée avec nos clients fidèles... et prospectons auprès de clients de proximité.

Guide 2019 et 2020 des hébergements, bonnes tables & terroir

La vallée de la Bruche se distingue par une offre d'hébergement dense, diversifiée et de qualité. C'est une chance pour l'économie locale et pour l'emploi comme en témoignent les chiffres : **3 000 000 nuitées** marchandes estimées, **68 M d'euros de dépenses touristiques** sur le territoire et **500 emplois directs**. Une dépense moyenne par visiteur hébergé de **141€ par jour**.

En 2019, nous avons...

- conçu et édité avec les sites du Mémorial Alsace-Moselle et du Struthof : **10 000 exemplaires d'une plaquette billet Duo**,
- édité à **4 000 exemplaires le Guide des hébergements, bonnes tables et terroir**, et assuré sa diffusion,

- participé à **9 manifestations** et salons en France et à l'étranger.

En 2020, nous prévoyons...

- d'engager une **réflexion quant à notre politique d'édition**,
- de poursuivre nos **efforts de promotion sur les marchés de proximité**,
- d'assurer une **diffusion optimale et directe de nos supports**.

39



› Guides des hébergements, bonnes tables et terroir 2019 et 2020

Promotion, salons, événements

Beaucoup d'acteurs du tourisme les abandonnent au profit du numérique, nous continuons inlassablement à y participer sous différentes formes... Plus ou moins couronnés de succès, selon les cas, ce sont toutefois toujours de formidables opportunités d'être à l'écoute de nos marchés. Salons, boutiques éphémères, événements, nous démultiplions les formes et sommes reconnus pour nous renouveler et porter un soin particulier à la qualité de nos présentations...

En 2019, nous avons investi dans un stand parapluie pour les opérations de courte durée et participé à 9 opérations de promotion en France et à l'étranger

- **Salon Josy Tourisme, les 10 et 11 janvier à Molsheim**, seul office de tourisme, ce fut une première très satisfaisante qui prouve que nos clients de proximité sont intéressés par nos offres.
- **Festivas à Mulhouse, du 1^{er} au 3 février**, une fréquentation trop faible malgré l'intérêt du public.
- **Salon Vert Bleu Soleil à Liège, du 7 au 11 février**, bonne fréquentation et très bons contacts.
- **Hastière en Belgique avec la FAP, du 26 au 28 avril** : boutique éphémère...

une fréquentation insuffisante et un pouvoir d'achat limité, cette opération ne sera pas reconduite.

- **Avant-première de l'émission E Gueter au Donon, 2 mai**, un bel événement pour une visibilité importante auquel nous nous sommes associés.
- **25^{ème} anniversaire du journal de la vallée, 5 mai, La Broque**, événement de proximité exceptionnel.
- **Verfassungsfest Schlossplatz, 24 et 25 mai à Karlsruhe**, une magnifique opération couronnée de succès par la qualité et le nombre de visiteurs, beaucoup d'intérêt pour la destination.
- **Tour de France, 10 juillet**, partenariats commerçants PROVAL.
- **Expérience Montagne à Paris, du 8 au 11 novembre**, avec les stations du massif.



- **Novalaise, du 30 novembre au 2 décembre**, avec une boutique éphémère en partenariat avec les offices de tourisme de Rosheim et Obernai.

En 2020

- Nous maintenons les salons de Molsheim en janvier, de Liège en Février et de Novalaise en Novembre et nous renouvelons notre présence de manière accrue sur le marché allemand : **ADFC Radmesse** le 16 février à Karlsruhe, **Reise-Freizeitmesse** 18 au 22 mars à Friedrichshafen. Nous représenterons les OT d'Obernai & Rosheim à Saint Jean Cap Ferrat du 27 au 30 Mars.
- Nous envisageons d'ajouter 1 ou 2 **opérations de promotion sur les marchés de proximité à l'automne**.
- **13 juin 2020** : « Une rose un espoir ». L'accueil de 1000 motards dans le cadre de la manifestation de remise du chèque national.
- **13 et 14 juin 2020** : au Champ du Feu, championnat de France de VTT d'orientation.
- **20 et 21 juin 2020** : Alsaciennes.
- **19 juillet 2020** : ouverture officielle de la piste cyclable de la Bruche.



Presse et médias

2019 a été une année exceptionnelle car particulièrement riche en retombées et partenariats de presse.

- **Journal de la vallée** : plusieurs pages tourisme en cours de rédaction.
- **Accueil d'un blogueur belge** : via le Massif des Vosges très orienté randonnées et bien-être, bon retour sur son site.
- **Conférence de presse** : Sentiers plaisir® au Club de la presse à Strasbourg.
- **DNA** : couverture Sentiers plaisir® (hors publication quotidienne des sorties) : 10 articles thématiques.
- **L'Ami Hebdo & les affiches d'Alsace et de Lorraine** : articles.
- **Géo** : numéro spécial Tour de France et publication sur le site internet de Géo.
- **France Magazine** : accueil de presse Alsace à vélo (itinéraire cyclable, offres Vel'ness).
- **BIBA magazine** : accueil de presse nature & bien-être, Spa nature La Cheneaudière.
- **Lonely Planet** : accueil rédacteur et mise à jour de la partie vallée de la Bruche du guide « Lonely Planet Alsace ».

Radio !

- **Azur FM** : 189 manifestations de la vallée de la Bruche ont fait 1260 passages sur Azur FM en 2019.
- **France Bleu Alsace dans la vallée de la Bruche**
 - 21 juin : lancement Sentiers plaisir®, 4 interviews,
 - 2 juillet : tour de France les coureurs cyclistes populaires de la vallée,
 - 7 août : formules Croq'vélo et Croq'terroir.
- **Radio Mélodie** : interview "le Champ du Feu en été".
- **AZUR FM** : campagnes de spots
 - 98 spots, pour la promotion des Sentiers plaisir®,
 - 40 spots du 20 au 25 juin 2019 pour le RDV chez le scieur.
- **Partenariat France Bleu sur toutes les antennes du Grand Est**, 10 interviews à l'heure de la météo des neiges pour le Champ du Feu grâce à un partenariat entre stations du Massif des Vosges et le concours de la société des remontées mécaniques.



Tv

— France 3

- **A Gueter** 11 au 15 Février 2019
autour de la station du Champ
du Feu,
- **Journal TV 21 juin :**
solstice d'été au Donon,
- **Journal TV 23 juin** à la Perheux :
les 30 ans des Sentiers plaisir®,
- **Journaux des 17 et 18 septembre :**
des parcours de vie atypiques.

— France 5 et France 3

- « Échappées belles »
à Blancherupt
- Diffusion : le dimanche 22
et samedi 28 septembre.

Équivalences publicitaires

— ELLE magazine, août 2019

- « Nos week-ends bol d'air ». Offre
Vel'ness. Valeur : 8800€ pour
1/6^{ème} de page.

— BIBA magazine, nov. 2019

- « Coccooning dans le Massif des
Vosges » – Spa Cheneaudière & offre
Vel'ness. Valeur : 24900 €.

— GEO ESCAPADES Hors-

- série nov. 2019 – « Skier loin
des foules » Le Champ du Feu.
Valeur : 118 000 €.

— CAPITAL magazine déc. 2019

- « 10 stations pour skier loin de
la foule ». Valeur : 19500 €.

171 200 € d'équivalences publicitaires
sur seulement 4 supports.

AVIS SUR OFFICE DE TOURISME

“ WEEK END AU DONON

Magnifique destination aux paysages superbes ! Visite à la Maison de la Vallée pour des conseils ; super accueil, disponibilité, et renseignements adaptés aux besoins, possibilités et envies ! Sentiers de randos accessibles et indications top, musées possibles...

Paysages à rendre heureux parce qu'ils sont tout simplement BEAUX!!!!

Clara57M — mars 2019

“ QUEL BONHEUR

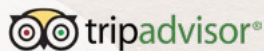
Nous sommes entrés dans cet Office du Tourisme pour un simple plan de promenade. Nous sommes ressortis avec deux plans, plein d'idées avec les explications historiques, touristiques et géologiques. **Le tout servi avec le sourire. Que demander de plus ?**

Benoît H — juillet 2019

“ Chère équipe de l'office de tourisme, merci pour votre grand soutien dans

la recherche de belles randonnées dans la région. Depuis que nous sommes venus ici spontanément, nous avons eu peu (pas) de temps pour bien nous préparer. Mais vous nous avez donné d'excellents conseils et recommandations très rapidement - et avec un merveilleux sens de l'humour. Merci de nous avoir accueillis et conseillés rapidement en allemand en raison de notre connaissance limitée du français. Meilleurs vœux à vous et à de nombreux voyageurs ici, vous aurez peut-être l'occasion de connaître votre convivialité.

— octobre 2019



“ PERSONNEL QUALIFIÉ ET ACCUEILLANT

Un immense merci à l'OT de la vallée de la Bruche (Schirmeck) pour ses conseils avisés (merci pour l'adresse du restaurant, pour les idées de balades à Salm entre autres). Ils savent faire partager leur passion pour leur région et sont inépuisables quand il faut vous conseiller sur des thèmes de découvertes ou des conseils pratiques. Vraiment merci pour cet accueil sympathique et très professionnel. On repassera vous dire un petit bonjour lors de notre prochain séjour.

octobre 2019



AVIS MAIL

A DÉPASSÉ TOUTES LES ATTENTES ! BRAVO.

On nous a aidé, un couple britannique et un ami français ont insisté pour parler anglais, ce que la personne a fait très couramment. Nous avons été recommandés à l'office de tourisme par nos hôtes à Solbach et nous n'avons pas été déçus. Après environ 90 minutes, nous sommes partis avec un plan précis pour tirer le meilleur parti de notre journée à Strasbourg.

"Levez-vous très tôt, garez-vous dans le Park and Ride, prenez le tramway et montez dans la cathédrale à 9 heures précises du matin." Le voyage suggéré à Batorama met en valeur le musée de l'Œuvre Notre-Dame, le barrage Vauban, la Petite France et la rue Thomas.

À la plume de Simone, nous savions ce qu'il était possible de faire.

Ses suggestions pour la région immédiate de Schirmeck incluaient l'excellent musée Mémorial Alsace-Moselle et la visite pénible mais essentielle du camp de Struthof sur la Seconde Guerre mondiale - histoire indescriptible de ceux qui ont résistés et ont été conduits à la mort par le travail. S'il vous plaît, visitez ce site car nous, les Britanniques et notre ami français, n'avions jamais entendu parler de cette horreur, cela vous laisse le sentiment que nous devons nous battre pour l'unité constante de l'Europe. **Merci beaucoup à toute l'équipe. Vous obtenez 6 étoiles de nous tous !**

WS — juin 2019



AVIS GOOGLE MY BUSINESS

Les personnes y travaillant sont passionnées et très avenantes. Grâce aux informations que j'ai eu là-bas, j'ai passé une semaine de vacances vraiment agréable et très enrichissante !



AVIS FACEBOOK

Au top!! Petite station de ski familiale et agréable
Violaine G. Volterrani
— janvier 2019

Mais tout ! car toute la vallée est belle, surtout la haute!
Vero Ciraptor
— avril 2019

Voilà une station du futur : la nature, la nature et encore la nature, loin du béton et du bruit. Le Champ du Feu est un endroit magnifique à découvrir même en dehors de l'hiver, dont petits et grands reviennent toujours enchantés.

Raymond Gabriel
— mars 2019

QUESTIONNAIRES QUALITÉ COMPTOIR

Superbe accueil.

Le temps qui m'a été consacré : illimité, hôtesse très agréable et qualifiée.

Plus que comblée ! ne ménage pas sa peine et dépasse même les horaires ; déborde d'idées et de conseils.
TOPISSIME

Informations très riches, variées qui donnent envie de voir données par des personnes passionnées.

Nous avons été reçus par Simone, personne très dévouée et super sympa !

Les personnes de l'accueil ont répondu à nos questions et ont proposé des alternatives vraiment très agréables.

Accueil très chaleureux, découverte de nouvelles activités et de nouveaux lieux. Suggestions d'activités très pertinentes.

On nous a conseillé un super circuit en vélo...

Un accueil très chaleureux pour apprendre plein de choses inédites sur cette belle région à découvrir.

Il n'y a qu'une chose à dire tout est parfait et un grand merci à toute l'équipe.

Très agréablement reçu !

Si seulement les autres offices de tourisme en faisaient autant...

AVIS MAIL



SÉJOUR EN ALSACE

Un voyage organisé de Paris, sans voiture, en train, à pied et en vélo à assistance électrique est possible en Alsace.

Notamment avec le concours de l'office de tourisme de la vallée de la Bruche, où toute l'équipe nous a bien conseillé, autant pour les randonnées pédestres avec différents guides, que pour les indications pour emprunter les pistes cyclables, pour nos balades verdoyantes.

Nous tenons à vous remercier ainsi que toute l'équipe de l'office du tourisme pour avoir passé un agréable séjour dans votre région.

Au plaisir de revenir pour de nouvelles aventures.

Bien à vous, Cécile Léger & Yannick Lahogue

4 / 4

Inventer l'office de tourisme de demain :

ambitions, objectifs
et moyens

- Accompagnement et ingénierie de projets
- Au cœur de l'action
- Formation, goût des métiers et recrutement
- Relations prestataires
- Rendez-vous en 2020
- Communiquer avec les habitants
- Taxe de séjour
- Office de tourisme nouvelle génération
- Serment des tendances 2020
- Des hommes et des organisations
- L'office de tourisme en chiffres
- Synthèse financière
- Adhérer



Ambitions, objectifs & moyens pour inventer l'office de tourisme de demain

La vallée de la Bruche a une longueur d'avance en termes d'organisation touristique, malgré une faible notoriété. Elle a su, bien avant d'autres territoires, fédérer ses acteurs, valoriser ses atouts et les promouvoir, accompagner ses entrepreneurs...

Le binôme office de tourisme et Communauté de Communes se complètent dans l'intérêt général pour assurer les missions d'ingénierie touristique et de service public du tourisme, en prise avec ses partenaires locaux et proche des collectivités.

Il y a matière à capitaliser sur cette agilité dans l'organisation pour continuer à anticiper les évolutions et cultiver notre capacité à innover et à attirer des talents.



Accompagnement et ingénierie de projets

Par sa position, à l'écoute des touristes, aux côtés des collectivités et proche des prestataires, mais aussi par sa connaissance de l'environnement économique et des tendances du tourisme, l'office de tourisme est à même d'apporter une expertise dans l'appui à la conduite de projets publics et privés.

En 2019 nous avons accompagné, outre plusieurs projets privés,...

- la commune de La Broque dans la **mise en œuvre d'une stèle mémorielle pour le camp de Schirmeck-La Broque**,
- la commune de Wisches dans le projet de **classement du Petit Donon au titre des « Sites »** par décret ministériel,
- les communes de Lutzelhouse et Wisches dans la **signalétique des sentiers des géants**,
- la refonte de la **signalétique du Musée J-F. Oberlin**.

En 2020, nous...

- poursuivrons le projet de **maison des rencontres** et des ateliers au Musée J-F. Oberlin,

- nous attacherons à faire connaître et **partager les enjeux de la stratégie touristique** de la vallée de la Bruche aux nouveaux élus issus des élections municipales.



› Panneau de la stèle mémorielle pour le camp de Schirmeck La Broque

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,
- **Clément** : apprenti en licence tourisme,
- **Anne-Catherine** : impulsion et coordination, 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.** En 2019 nous avons accueilli un apprenti et 5 stagiaires dont une de longue durée.

Formation, goût des métiers et recrutement

La question de la transmission des savoir-faire et le recrutement de compétences locales à même de répondre aux besoins du marché du tourisme se pose dans notre vallée. Avec les professionnels et les établissements scolaires, nous nous mobilisons pour faire connaître les métiers liés au tourisme et aimer la vallée.

En 2019, nous...

- avons continué à **accompagner la filière d'excellence dans le domaine des métiers du tourisme et de la restauration** pour les faire découvrir aux jeunes et leur faire connaître leur vallée,
- avons accompagné une **filière LCR** (Langues, Cultures Régionales), .

- avons recruté un **apprenti pour le former et bénéficier de sa vision des choses.**

En 2020, nous...

- voulons continuer à **tisser des liens avec les formations à tous niveaux,**
- maintenons notre **engagement dans la formation et la transmission.**

51

Relations prestataires

En 2020, comme en 2019, nous sommes à l'affût de la meilleure manière d'être à l'écoute des professionnels et de la communauté des accueillants.

Nous voulons :

- **renouveler la carte pro** qui permet à tous les salariés du secteur du tourisme de la vallée de visiter gratuitement les sites touristiques à leur convenance,
- **poursuivre et faire évoluer les éductours** qui permettent de faire découvrir aux professionnels les nouvelles activités,
- **alterner des ateliers d'échanges de bonnes pratiques et des interventions d'experts** sur des sujets d'actualité, l'art du service, ou des thèmes qui font partie de l'ADN du territoire,
- **Faire nôtres et partager le serment des tendances** en page 55.



RDV 2020

SAVE THE DATE

Assemblée générale

à Muhlbach-sur-Bruche.

→ Dates à préciser.

Éductour

- **Jeudi 28 mai** : Boiséo la piscine de La Broque en avant-première...
- **Vendredi 19 juin** : Escapade vosgienne.
- **Vendredi 11 septembre** : et si nous testions la piste cyclable en touristes ?

Ateliers Pro

- **La randonnée ! comment la vendre.**
- **Les attentes des cyclotouristes.**
- **Famille, tribu comment mieux les recevoir.**
- **Comment parler du tourisme de mémoire.**
- **Tourisme et tendances comment se préparer.**
- **Taxe de séjour comment et pour quoi faire ?**
- **Ces petits riens qui changent tout dans la relation client...**

→ Dates à préciser.

RDV Pro

Une question, besoin d'un conseil pour une édition, un projet, un site internet ? Nous mettons volontiers nos compétences au service de vos projets.

Carte Pro

Le « sésame » des partenaires de l'office de tourisme et de ses collaborateurs pour visiter à sa guise tous les sites touristiques.

Tournée de documentation

Une fois par an « **Nous venons à votre rencontre !** ».

→ Dates à préciser.

Communiquer avec les habitants

Nous voulons faire démentir l'adage « nul n'est prophète dans son pays » en cherchant tous les moyens d'inclure les habitants dans notre démarche. Qu'ils perçoivent les retombées positives de l'économie touristique et bénéficient des investissements et des services à destination des visiteurs. En démultipliant les occasions de porter sur les choses un regard positif, **nous voulons intégrer les habitants dans la communauté des accueillants.**

En 2020, outre la publication régulière d'articles dans le journal de la vallée de la Bruche, nous allons nous pencher sur les bonnes idées et pratiques entreprises ailleurs pour valoriser les habitants et les savoir-faire et transmettre la culture de l'accueil.

53

Faire de la taxe de séjour autre chose qu'un « gros mot » !

Si le mot « taxe » a tendance à « donner des boutons », la taxe de séjour n'en reste pas moins le levier le plus juste pour financer les dépenses liées au développement touristique d'un territoire. Payée par l'utilisateur final, le visiteur, elle allège la charge des habitants mais doit aussi lui bénéficier prioritairement, par un retour de services et/ou de prestations. Elle constitue ainsi un cercle juste et vertueux où touristes et locaux trouvent un terrain d'entente.

En 2020, nous voulons mettre en chantier une réflexion pour la mise en place et les modalités d'utilisation de la taxe de séjour à l'échelle de la compétence. Pour mémoire, la compétence tourisme est obligatoirement intercommunale depuis janvier 2018.

Office de tourisme nouvelle génération

« L'innovation sert de fil conducteur et donne un sens à une nouvelle gouvernance du tourisme qui repose sur de nouvelles compétences et de nouveaux rapports, non plus de force, mais de collaboration entre les acteurs privés, publics et associatifs ». C'est ainsi que sont résumées les tendances touristiques 2020 par la chaire de Tourisme Transat...

- **Des compétences, une gouvernance et des moyens au service d'une « raison d'être » qui accepte de se questionner sur sa contribution à l'intérêt général :**

Qu'est-ce qui nous rend irremplaçables ?

De quoi voulons-nous être fiers à l'horizon de 5 ou 10 ans ?

Quels sont les impacts positifs que nous voulons apporter à la société ?

Ces questions sont celles qui mobilisent l'équipe et les administrateurs de l'office de tourisme de la vallée de la Bruche. Elles stimulent notre capacité à nous renouveler et à innover.

- **Seules certitudes, l'office de tourisme sera :**

- **pôle de ressources** pour les acteurs privés, publics et associatifs,
- **au service d'un développement durable** qui accorde toute sa place aux habitants,
- **à l'écoute des visiteurs comme des accueillants,**
- **une réponse à la quête de sens et d'un mieux-être individuel et collectif** en s'ouvrant à des expériences riches en humanité.

- **La stratégie touristique de la vallée de la Bruche à 2028** donne le cap, affirme des choix, dessine un avenir enviable source d'optimisme !

La confiance entre les acteurs du tourisme, les élus et la population et les compétences des personnels permettront d'inventer la forme de l'office de tourisme de demain. Pour cela il nous faut être à l'écoute et partager une ambition pour notre vallée, cultiver et attirer les talents d'aujourd'hui et cultiver ceux de demain.

SERMENT DES TENDANCES

**Acteur aguerri du tourisme dans
la vallée de la Bruche, je m'engage à :**

Tenir compte des *fake news*
et de l'anxiété généralisée
en respirant par le nez

Être inclusif et bienveillant
**en mettant le bien-être
de l'avant**

Titiller les cinq sens
sans surstimuler l'expérience

Réaliser mes projets à petite
échelle
**puisque le micro est le nouvel
exceptionnel**

Ne plus accuser le touriste
de son impact **plutôt
l'éduquer à garder mon
territoire intact**

Faire de l'attractivité
territoriale **une mobilisation
générale**

Remettre l'humain au cœur
de l'innovation
**pour éviter le superficiel et
redéfinir la collaboration**

Relativiser le surtourisme
comme un défi de gestion
**puisque c'est de la
régulation des flux
touristiques dont
il est question**

Faire de la vallée de la Bruche
**le pionnier des tendances
de demain !**

Des hommes et des organisations

Il y a la partie visible de l'action de l'office de tourisme et celle que l'on connaît moins... Outre l'assemblée générale, le conseil d'administration se réunit sous la présidence de Nicolas Decker et des vice-présidences de Martine Kwiatkowski et de Jean-Bernard Pannekoecke pour cinq conseils d'administration par an.

Le Conseil d'administration de l'office de tourisme de la vallée de la Bruche est organisé en trois collèges paritaires de 9 membres chacun :

- **collège des élus désignés par la communauté de communes pour la durée de leur mandat,**
- **collège des socioprofessionnels :** représentant les métiers du tourisme et de l'hébergement
- **collège des personnes qualifiées :** représentant les professionnels de la culture, du commerce des services, de l'agriculture et les partenaires associatifs.

De nombreuses représentations :

- Bureau de l'Agence Régionale du Tourisme (ART),
- Conseil d'administration du RésOT,
- Comité Technique Régional,
- Massif des Vosges,
- Association des directeurs du Grand Est,
- Commission formation,
- Fédération des Artisans et Producteurs (FAP),
- Pays du sapin de Noël,
- Pays Bruche Mossig Piémont.



Anne-Catherine



Anne-Camille



Aurore



Simone



Diana



Clément



Raphaël

Votre office de tourisme
en quelques

CHIFFRES

**2 BUREAUX
D'ACCUEIL**

300
jours d'ouverture

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

28 JOURS
soit près d'un mois
promotion extérieure
(salons, évènements,...)

Nombre de visiteurs
12 728 en 2019

20,50 €
est le panier
moyen de la boutique
par contact

L'office de tourisme en chiffres

Guichets

Office de tourisme Schirmeck
& Champ du Feu

6108

pers. en 2003

7100

pers. en 2007

9756

pers. en 2019

Téléphone

695

en 2003

489

en 2007

2758

en 2019

Mails

176

en 2003

259

en 2007

540

en 2019

Widget (demandes directes
via le site internet et réseaux
sociaux)

—

en 2003

—

en 2007

192

en 2019

Courrier

489

en 2003

142

en 2007

35

en 2019

Origine des visiteurs

4 premiers pays :



465

Allemagne

349

Belgique

97

Pays-Bas

49

Suisse

À noter : les suisses devancent
les britanniques par rapport à 2018.

3 premières régions :



À noter : l'Île de France passent
devant les Hauts de France par
rapport à 2018.

Fréquentations des sites touristiques payants en 2019

Struthof

200 427 entrées

154 327 en 2010

Mémorial Alsace-Moselle

49 601 entrées

43 223 en 2010

Musée J-F. Oberlin

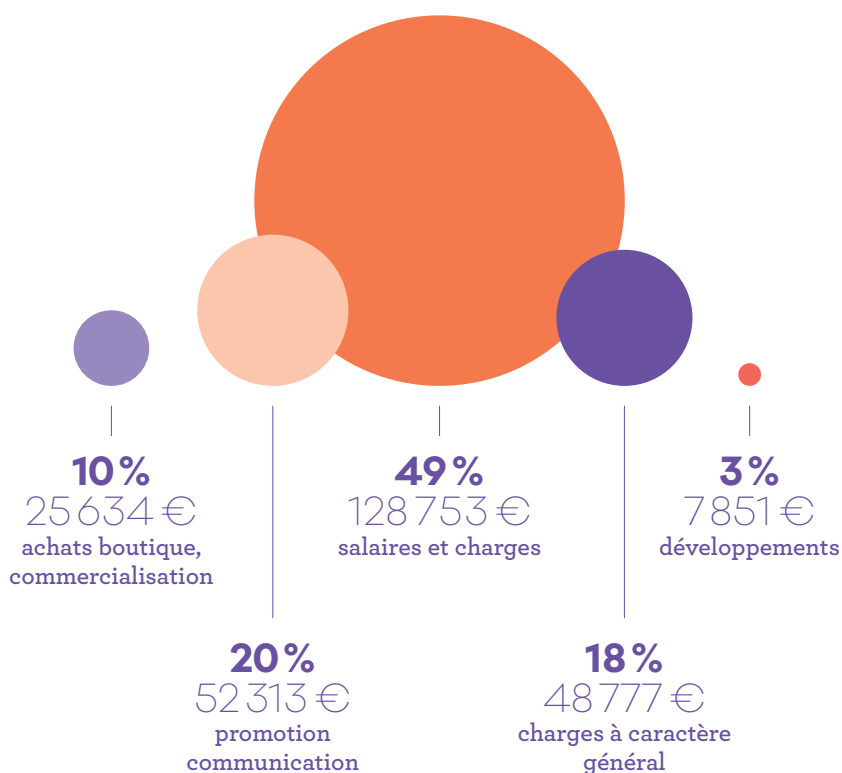
31 320 entrées

26 466 en 2010



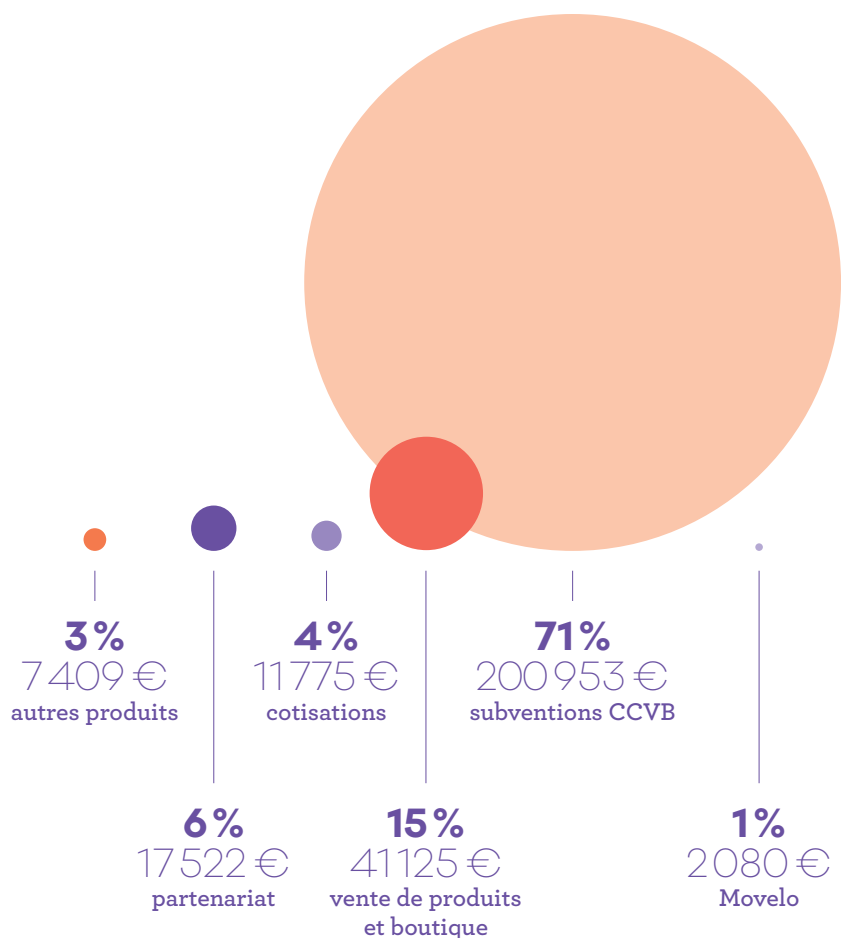
Synthèse financière

Résultats 2019 : dépenses



Total : 263 328 €

Résultats 2019 : recettes



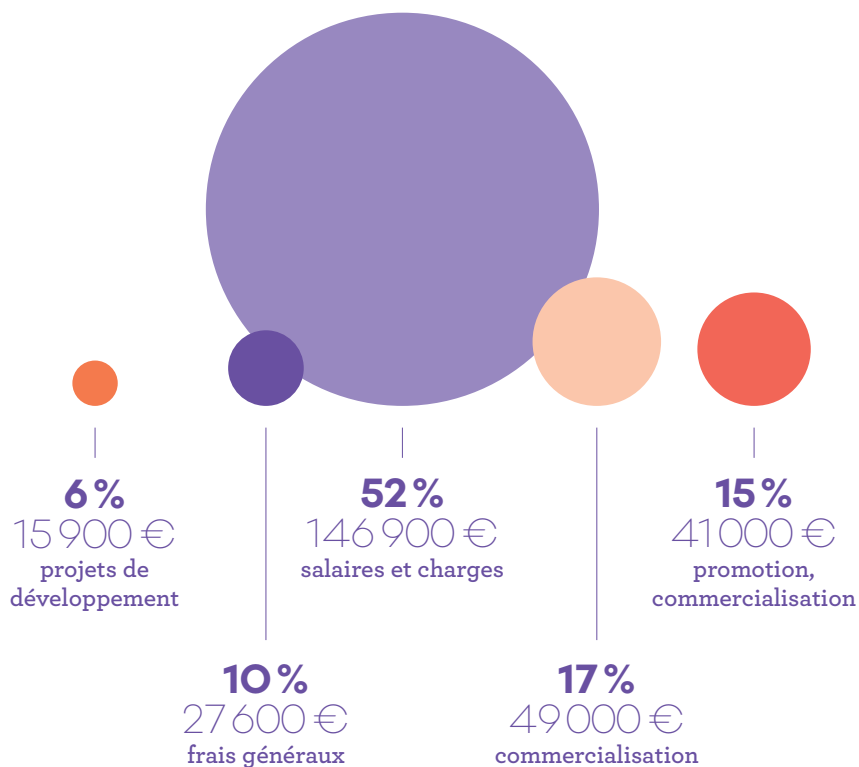
61

Total : 280 864 €

Résultats de l'exercice : 17 536 €

Budget 2020

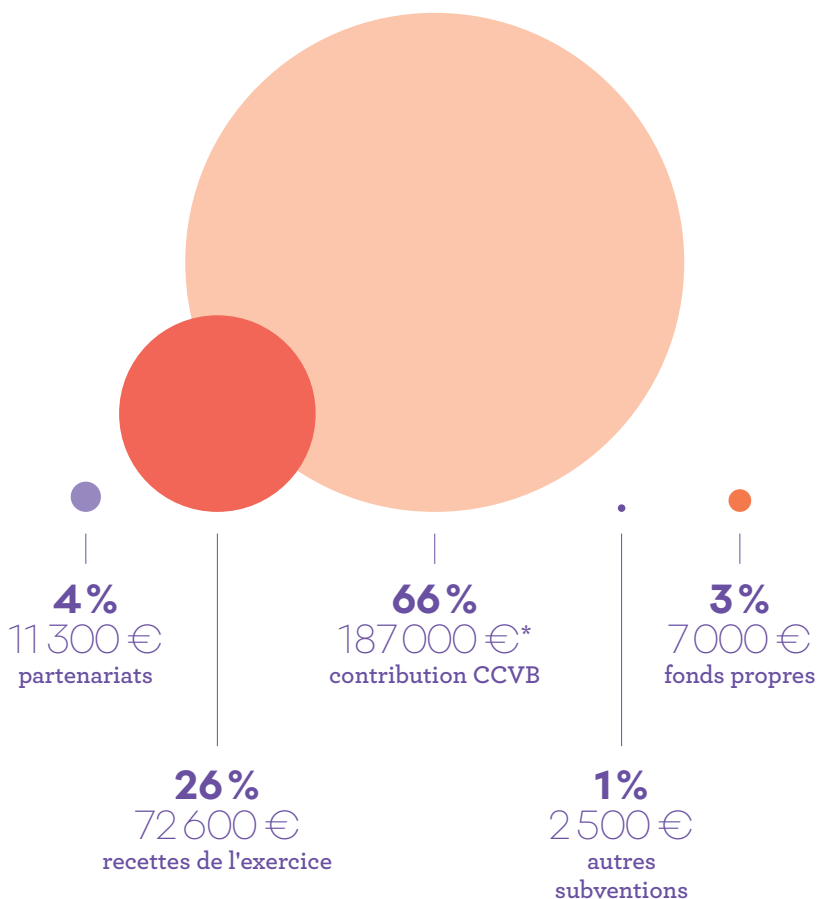
Dépenses



Budget : 280 400 €

Budget 2020

Recettes



* À cette contribution financière s'ajoute celle en nature de la CCVB de 141 626,61 €, correspondant aux loyers et charges des deux bureaux, personnel, locaux, véhicule, matériel informatique.



Joindre nos forces : adhérer



Les formules d'adhésion 2020 à l'office de tourisme et 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.

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 2020, 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 : _____



Organisme¹ _____

Représenté par _____ Tél. fixe _____

Nom/prénom¹ _____ Tél. mobile _____

Adresse _____ Mail¹ _____

CP/Ville¹ _____ Site internet _____

Prestation	Montant TTC	Votre choix
Cotisation Sympathisants & personnes physiques	40 €	
Pack services²	50 €	
Pack avantages : tous les services de l'office de tourisme à votre portée ²	85 €	
Pack mini-site internet : année de création²	345 €	
années suivantes ²	125 €	

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 CCBPFRPPMTZ

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. A 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 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 66.

Choisissez votre formule d'adhésion 2020

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
- 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 notre page Facebook.
- 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 ».

2019-20

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^{er} 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



Crédits photos : office de tourisme de la vallée de la Bruche/Stéphane Spaeth, MOVELO/Christophe Dumoulin,
Massif des Vosges/INFRA & Thomas Devard, Cheneaudière/Jérôme Mondière • Graphisme : atelierfika.fr