

Rapport d'activités

2017

Tendances

2018

Avec l'office
de tourisme :
**expérience vécue,
promesse tenue !**

Nouveau !
Un site pour
découvrir
toutes nos
randos !
rando-bruche.fr

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



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

Alsace
France


MASSIF DES VOSGES
mille envies de découvertes



La difficulté de réussir ne fait qu'ajouter à la nécessité d'entreprendre.

Pierre-Augustin Caron de Beaumarchais



Affirmer une identité, une singularité passe par l'image, la promotion et l'édition... encore et toujours

- p. 05 Les éditions
- p. 08 La promotion
- p. 10 Les sites internet et développement du numérique
- p. 13 L'image
- p. 14 La presse



Vivre une expérience inoubliable ! Ré-enchanter la noblesse du "service", se réinventer sans cesse

- p. 16 Concevoir des offres innovantes
- p. 16 Animation

- p. 16 Construction d'une offre "massif des Vosges en famille"
- p. 18 Ingénierie de projets



Dire et faire dire du bien de nous

- p. 20 L'office de tourisme fédère et accompagne ses prestataires pour ensemble gagner en compétences
- p. 22 Des Hommes et des organisations
- p. 24 L'office de tourisme au cœur de l'action



Les plus

- p. 29 Chiffres clés
- p. 36 Bulletin d'adhésion 2018



Édito

Anne-Catherine Ostertag

Directrice

Nicolas Decker

Président

Nous introduisons notre précédent rapport d'activités par la notion de **prise de pouvoir des consommateurs touristiques** qui n'hésitent plus, non seulement à comparer, croiser les informations, mais surtout à faire avant tout confiance aux avis d'autres voyageurs et amis de leur communauté ou de leur réseau...

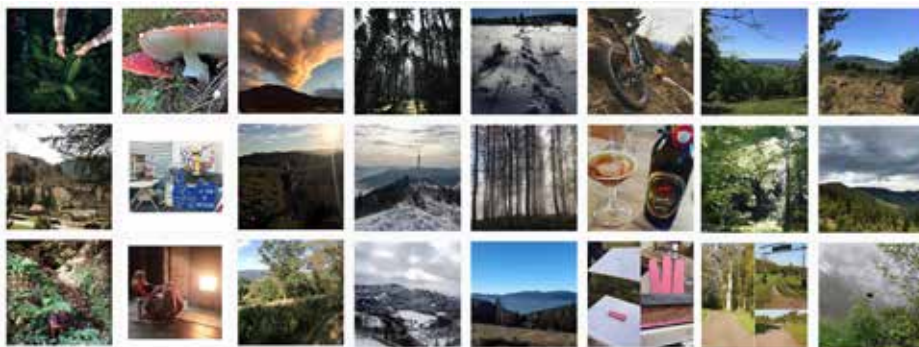
À cet égard, rien de nouveau sous le soleil si ce n'est que le phénomène s'amplifie et se « professionnalise ». Certains articles, un rien provocateurs, interrogent même : « Facebook, élu meilleur conseiller en séjour de votre destination » ?

Le partage communautaire et affinitaire aux allures généreuses et désintéressées devient un fabuleux outil de profilage que nous nourrissons nous-mêmes à notre insu.

Voilà la manière dont ça se passe : prenez les pages des prestataires touristiques que nous sommes, enrichis par les tags des utilisateurs, qui postent volontiers des souvenirs de leurs expériences en identifiant le lieu où ils se trouvent, ajoutez-y des avis et notations, des « j'aime » de la communauté Facebook, géolocalisez le tout et accédez à l'ensemble des suggestions constituées de tous les lieux que vos amis ont fréquentés...

Ici comme ailleurs, toutes les traces et informations que nous laissons sur le net deviennent une source extraordinaire d'information pour nous suggérer des produits qui pourraient nous plaire en fonction de notre « profil client ».

De ce point de vue, l'on peut s'interroger si la nouvelle réglementation sur la protection des données personnelles, applicable à compter de mai 2018 suffira, au delà de son lot de nouvelles contraintes, à apporter un peu de clarté dans la manipulation des données personnelles devenues un enjeu économique majeur.



#valleedelabruche & #visitbruche

Là encore, le jeu est inégal, il nous faut pourtant rejoindre la partie au risque d'être rapidement « hors jeu ». Il devient incontournable d'adopter ces nouveaux codes, de susciter des avis clients, d'inciter à utiliser les hashtags **#visitbruche**, **#valleedelabruche**, de créer des lieux à selfies dédiés... Toutes ces initiatives porteuses d'images, malgré nous, sont mises en scène et communiquées à une vitesse qui dépasse de loin les canaux traditionnels de la promotion.

Néanmoins, et plus que jamais, la qualité des relations humaines tissées patiemment, la confiance et la complicité avec nos visiteurs et nos prospects restent des « valeurs universelles ». Les retours de nos clients et leur fidélité en témoignent.

Plus que jamais, la serviabilité, la qualité des services n'est pas une option ! c'est notre marque de fabrique, celle qui aujourd'hui nous distingue tant elle n'est plus une évidence.

Disponibilité, efficacité et réactivité sont l'ADN de nos services. Des conseils véritablement avisés et bienveillants doivent être les maîtres mots de notre accueil.

Si ces valeurs sont généralement partagées par les acteurs du tourisme de notre vallée, un nouveau défi de taille nous attend : celui de faire adhérer tous les habitants de notre vallée à ces valeurs ! Notre vœu : faire de chaque habitant un ambassadeur de la destination, l'impliquer dans l'accueil de nos clients comme « un expert au quotidien » désintéressé, simplement motivé par son sens du partage de l'attachement à sa vallée.

Le défi nous dépasse et nous motive ! Il implique que nos habitants se sentent bien là où ils vivent, que leur cadre de vie, leurs services et les retombées positives que génère le tourisme leur profitent pour qu'ils revendiquent leur appartenance à cette vallée et en disent du bien.

C'est l'une des orientations qui ressort de la stratégie touristique sur laquelle nous avons travaillé tout au long de l'année et qui se poursuit encore actuellement... Les grands axes en seront exposés à travers un document de synthèse qui sera largement diffusé.



Affirmer une identité, une singularité passe par l'image, la promotion et l'édition... encore et toujours

« **Promettre, vivre, recommander**, est selon Cédric Chabry, le concept de « cercle vertueux de l'expérience vécue ». Elle vise à valoriser la cohérence de l'image d'une destination et la qualité de l'expérience vécue pour favoriser la recommandation. »

Promettre, aller vers les autres, ne pas se faire oublier. Dans un contexte général de refonte des stratégies touristiques des départements et de la nouvelle grande région, la vallée de la Bruche a tout à gagner à revendiquer sa double appartenance à **une culture du massif des Vosges et à des traditions et un art de vivre alsaciens...**

Comme en témoignent les actions de promotions conduites en 2017... Modestement, mais toujours avec beaucoup d'exigence, notre vallée saisit toutes les opportunités qui lui sont offertes de favoriser son attractivité en affirmant sa différence et sa singularité...

Vous croyez déjà tout connaître de l'Alsace ou des Vosges ? Nous allons vous surprendre... la promesse est engageante et ne souffre pas l'approximation... Notre stand, nos documents, notre site internet, l'image que nous donnons à travers nos tenues concourent à inspirer une offre innovante de qualité, de nature à séduire et à susciter la curiosité...

Les éditions

Quoi ? Pour qui ? Comment ?

Parce que l'on ne fait pas des éditions pour soi... ces questions préalables, aussi évidentes puissent elles paraître, sont indispensables... Qu'ai-je à dire précisément, à quel public je m'adresse ? Comment et où vais-je diffuser ce document ? À chaque projet, nous nous repons ces questions pour nous projeter, autant que possible, sur le profil du visiteur auquel s'adressent nos brochures et répondre ainsi, de notre mieux à ses attentes.



En 2017 nous avons renouvelé des éditions annuelles et nous avons innové

1 Guide des hébergements, bonnes tables et terroir 2018

Objectif : Promotion de l'offre d'hébergements et de produits du terroir.

Pour qui : de nouveaux prospects.

Diffusion : en salon et actions de promotion en France, Belgique, Allemagne et au comptoir.

Nombre d'exemplaires : 4 000

Nouveauté 2

La nouvelle carte touristique de la vallée de la Bruche (F-D-GB)

Objectif : Principal outil de promotion, document d'appel de la vallée de la Bruche hors territoire. À la fois informative et pratique, la carte reste l'outil plébiscité par nos hôtes.

Pour qui : de nouveaux prospects.

Diffusion : en salon et actions de promotion en France, Belgique, Allemagne et au comptoir.

Nombre d'exemplaires : 20 000

Nouveauté 3

La brochure « Les Expériences Buissonnières »

Objectif : Lancement d'une nouveauté qui s'appuie sur le riche potentiel de la relation privilégiée avec les habitants.

Pour qui : De nouveaux prospects, la presse, les clients fidèles à « ré-enchanter ».

Diffusion : en vis-à-vis prioritairement.

Nombre d'exemplaires : 750

Nouveauté 4

« Vel'ness & Cie »

Objectif : Faire des offres à la journée une marque de fabrique et les rassembler en une seule documentation.

Pour qui : De nouveaux prospects, la presse, les clients fidèles à « ré-enchanter ».

Diffusion : Au comptoir.

Nombre d'exemplaires : 5 000

Nouveauté

Édition famille Massif des Vosges

Objectif : Poursuivre un marketing de l'offre famille en partenariat avec le Massif des Vosges par la création d'un jeu de piste et d'un jeu de l'oie. Rajeunir nos cibles de clientèle.

Pour qui : De nouveaux prospects.

Diffusion : En promotion et au comptoir.

5 Réédition de 4 livrets : des sentiers thématiques en partenariat avec les communes

→ Sentier de découverte d'une forêt d'altitude à Colroy-la-Roche

→ Espace apicole à Colroy-la-Roche

→ Sentier du Donon à Grandfontaine

→ Sentier du château de Salm à La Broque

Objectif : Valoriser notre atout majeur, la randonnée, par le biais de balades thématiques en boucle qui valorisent notre petit patrimoine diffus, une tendance 100% dans l'air du temps.

Pour qui : De nouveaux prospects et surtout des touristes résidents.

Diffusion : En promotion et surtout au comptoir.

Nombre d'exemplaires : Entre 6 000 et 10 000 de chaque.

6 Le livret Sentiers plaisir 2017

On ne le présente plus tant il est incontournable !

Nombre d'exemplaires : 9 000

46 bénévoles, 86 sorties, 1500 participants, 4 thèmes : année Luther, patrimoine, nature, famille.

7 La carte de vœux

Elle s'inscrit pleinement dans la communication de destination, fait parler de nous, communique nos meilleurs atouts et entretient le lien avec tous ceux qui véhiculent tout au long de l'année une bonne image de la vallée de la Bruche.

Nombre d'exemplaires : 1 000



Projets 2018

• De nouvelles éditions en projet :

→ Dans la collection des carnets de randonnée :

- itinéraires d'art contemporain à Lutzelhouse, Wisches et Urmatt,
- sentier du drapeau,
- la source de la Bruche,
- les paysages de la Bruche.

• Des rééditions indispensables :

- guide des hébergements, restauration & terroir 2019,
- sentiers plaisir 2018.



La promotion

2017, marquée par sept opérations de promotion et la finalisation du nouveau stand

• Stuttgart

Salon du Tourisme du 14 au 18 janvier 2017, sous l'égide du Massif des Vosges.

• 1 Bruxelles

Salon des vacances du 2 au 5 février 2017, sous forme d'une boutique éphémère, en partenariat avec les ateliers du Musée Oberlin.

• Lyon

Salon de la randonnée, du 24 au 26 mars 2017, une offre ciblée, un public qualifié.

• Metz

Workshop pro le 7 avril 2017 au centre Pompidou sous l'égide de l'AAA.

• 2 Mondial Air Ballon

Du 21 au 24 juillet 2017 Chambley en Lorraine.

• La Foire internationale du livre de Francfort

Les 15 et 16 octobre à l'occasion de la réouverture du Mémorial.

• Novalaise

Les 2 et 3 décembre 2017
Marché de la FAP.



Stand Vallée de la Bruche

Réalisé par la Communauté de communes de la vallée de la Bruche pour le compte de l'office de tourisme **grâce à un financement du Département.**

Objectif :

- se distinguer par un stand de **qualité à effet « waouh »**,
- créer un **décor lumineux** qui se renouvelle, dans lequel on puisse **être « transporté »**,
- concevoir et réaliser **un mobilier autonome, pratique et mobile, aisé à transporter.**

Conception et réalisation Muni & Co et Marie Fabre.



Pour 2018 nous orientons notre communication sur la randonnée, l'utilisation des Vélos à Assistance Électrique, le potentiel de la piste cyclable et le déploiement des expériences buissonnières

Promotion vers les cibles famille, jeunes seniors et randonneurs à plus ou moins de 4 h de la vallée en France, Belgique et Allemagne

1. Salon de Stuttgart janvier 2018
2. Salon de Liège du 8 au 11 février 2018
3. Salon de la randonnée à Lyon 23 au 25 mars 2018
4. Les « Heimattage » à Waldkirch en mai 2018
5. Rehlingen, salon de la randonnée, en juin 2018
6. Tour Natur, rando et activités de plein air à Dusseldorf en septembre 2018

Sites internet & développement du numérique

En 2017 un nouveau site Internet et sa version allemande

• Site internet de la vallée de la Bruche + version allemande

Fréquentation du site internet

Pages Vues : +3,61%

→ 219 689 en 2016,

→ 227 627 en 2017.

Nombre de sessions +14,18%

→ 68 505 en 2016,

→ 78 222 en 2017.

Nombre d'utilisateurs +14,11%

→ 51 178 en 2016,

→ 58 178 en 2017.

• Analyse de la progression en quelques lignes ou d'indicateurs intéressants

Top 5 des clics sur la page d'Accueil

1. Incontournables
2. Booking
3. Histoire et culture
4. Bruche unique
5. Hôtels & chambres

• Refonte des mini-sites

Pour garder une cohérence et un air de famille, les mini-sites ont également bénéficié d'un relinking et profité des nouvelles fonctionnalités du site. Plusieurs prestataires sont en cours de création de leur mini-site et bénéficient de l'accompagnement de l'office de tourisme.

• Présence sur les réseaux sociaux



Nos 2 pages Facebook de destination

1. Vallée de la Bruche
2. Champ du Feu tourisme

Changement de l'intitulé de la page pour plus d'impact et plus de référencement et de trafic de visiteurs.



4 497 FANS



Instagram, comment nous suivre ?

→ Page nommée #visitbruche

47 publications,
253 abonnés (+62%).

→ #visitbruche : 417 publications (+79%).

→ #valleedelabruche : 602 publications (+53%).

→ Nos abonnés : 25-44 ans 66%,
39% hommes et 61% de femmes.



Parce qu'une image
vaut mieux que 1000 mots...

Partagez vos souvenirs en images, vos
meilleurs spots de la vallée de la Bruche !

#visitbruche & #valleedelabruche

• **Les vitrines numériques**

Parce que l'information de nos clients et prospects passe inéluctablement par les écrans, nous avons développé un affichage numérique spécifique « charté » vallée de la Bruche qui permet une diffusion permanente et à jour des manifestations à venir dans la vallée, de la météo et des services...

Simple, rapide et efficace à mettre en œuvre, cette option d'affichage est accessible à tous gratuitement. Il suffit d'un écran et d'une connexion à internet et le tour est joué !

Déjà en place dans nos deux bureaux d'accueil, visible 24h/24.

**À TESTER ET À ADOPTER
POUR UNE LARGE DIFFUSION
EN 2018 SUR VOS ÉCRANS,
TABLETTES & TÉLÉVISEURS
CONNECTÉS À INTERNET**

DÉCOUVREZ LE LIEN !
<http://bit.ly/ecrandynamiqueVB>

ET SOLLICITEZ L'ACCOMPAGNEMENT
DE L'OFFICE DE TOURISME



f
TOP 5
DES PUBLICATIONS
LES + VUES + PARTAGÉES
SUR FACEBOOK

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Projets 2018

→ un nouveau site internet entièrement dédié à la randonnée et une stratégie numérique à déployer

• Numérique

- Création d'un site internet de randonnée : rando-bruche.fr
- Déploiement des vitrines numériques.
- Traduction des sites internet en allemand et anglais pour le site rando et anglais pour le site générique.
- Poursuite de l'enrichissement de la base de données touristique régionale (LEI).

• Déploiement renforcé d'une stratégie Instagram

Montée en puissance de notre présence sur Instagram : intensification de posts par l'office de tourisme et reposts des photos faites par d'autres.

Communication incitative :

- vers les prestataires à poster sur notre #,
- vers les visiteurs : organisation d'un concours photo, thème à définir,
- intégration de la stratégie régionale Instagram.

• Facebook

- Maintien de la cadence des posts.
- Publication de posts sponsorisés.
- Création d'une ligne éditoriale en fonction des retours d'analyse de la stratégie touristique.



rando-bruche.fr
→ plus qu'un site,
rien de moins
qu'une « appli » !

Un site collaboratif dédié : pour tous et avec tous. Hyper pratique, il englobe tous les modes de déplacements doux : rando, vélo, vtt, équitation, poussette. On y trouve en quelques clics, les plus belles randonnées en boucle de la vallée de la Bruche au fil des saisons. Des fiches rando téléchargeables sous format pdf et/ou imprimables, comportant carte et profil altimétrique, on y dénichera quantité de circuits, bons plans, infos pratiques.

Les itinéraires proposés et testés mettent en lumière les richesses du patrimoine et les bons plans. Ils portent les balisages du Club Vosgien, garant d'une randonnée sereine, grâce à un partenariat de premier plan avec la fédération régionale du Club Vosgien. Notre Office de tourisme, à l'initiative de cette coopération, a fait développer avec le réseau des offices de tourisme d'Alsace, ce PDF spécifique qui « fera école » pour toute l'Alsace.

rando-bruche.fr est un site évolutif et collaboratif, alimenté et réactualisé par les contributions de première main des internautes et de tous ceux qui partagent leurs coups de cœur « rando » de la vallée.

Enfilez vos chaussures de marche et partagez avec nous vos itinéraires, photos, et sentiers favoris !

L'image

À l'ère du numérique, l'image est omniprésente et la communication est en flux continu. Elle nécessite un constant renouvellement des supports.

En 2017

- **5 reportages photographiques** pour la création des **expériences buissonnières**.
- **1 Prix de l'initiative touristique** pour les expériences buissonnières.
- **2** Création de **tenues marquées** : vestes, polos, etc...
- **Logo partenaires 2017**.



- Grâce au partenariat avec les territoires touristiques et le soutien du pays Bruche Mossig Piémont nous bénéficions d'une **photothèque commune**.

Projets 2018

- Au fil des saisons, mise en œuvre de l'extension du projet photothèque et vidéothèque du Pays Bruche Mossig Piémont.
- Réalisation de deux films et de photos à partir d'images en drone et au sol : marché contracté par le Pays Bruche Mossig Piémont.
- Reportage photographique à réaliser pour la nouvelle expérience buissonnière...
- Achats d'images et de vidéos au cas par cas.



La Presse

En 2017 la presse, un travail de fourmi, à entretenir sans cesse

- Accueil des auteurs du guide touristique allemand « **Elsass-Müller Verlag** » le 13 juin 2017.
- Le 6 et le 20 juillet 2017 : accueil de **France Bleu** – route du sel, de Saâles à Saulxures...
- **La Croix** du 13 au 15 juin 2017, au programme : pays des Abbayes et Musée Oberlin – hébergés chez Bluets et Brimbelles.
- **L'Alsace** du 28 juin au 1^{er} juillet 2017.
- **1** Le 7 juillet 2017 - Accueil de presse au **Club de la presse** à Strasbourg pour une présentation des nouveautés dans la Vallée de la Bruche.
- **GEO**, lundi le 26 septembre 2017.
- Articles sur les expériences buissonnières parus dans **l'Ami hebdo** et **l'Est Agricole** et **Viticole**.
- **Conférence de presse à Paris** avec l'AAA et Atout France le 27 novembre 2017.
- **La Croix** du 24 Mars 2018 : Article Musée Oberlin de Waldersbach.
- **2** Tout au long de l'année, couvertures radio (AZUR FM, France Bleu, RCB) sur les manifestations phare de la vallée, les animations de Noël, le Champ du Feu.

Projets 2018 mise en avant des expériences buissonnières, des offres Vel'ness et du nouveau site de rando

Avec la complicité et l'appui de Alsace Destination Tourisme et de l'AAA nous accueillons des voyages et organisons des accueils de presse... merci à nos partenaires de jouer le jeu en nous facilitant ces organisations :

- intervention sur SWR lors du salon CMT à Stuttgart le 14 janvier 2018,
- tournage d'un reportage sur sites par le Saarländischer Rundfunk pour la ARD du 15 au 22 janvier 2018 (Donon, Mémorial, Struthof, Champ du Feu),
- 1^{er} mars 2018 : accueil des représentants de l'agence de presse néerlandaise mandatée par l'AAA,
- 10 mars 2018 : accueil du magazine « Femme d'aujourd'hui » Belgique pour un article consacré à des week-ends romantiques et spa,
- 16 - 17 avril 2018 : accueil de presse buissonnières + vel'ness,
- accueil de presse moto : 9 au 13 mai 2018,

... et d'autres qui viendront s'ajouter au cours de l'année.





Vivre une expérience inoubliable ! Ré-enchanter la noblesse du "service", se réinventer sans cesse

La promesse client doit sans cesse se renouveler dans des mises en scène d'expériences attractives et authentiques qui inspirent confiance... c'est le rôle des « produits touristiques » créés par l'office de tourisme... Ils permettent de susciter l'intérêt, notamment de la presse pour notre destination, de nous démarquer par des offres exclusives...

La création des « expériences buissonnières » et le déploiement des offres « bien-être » à la journée donnent corps à cet objectif...

Reconnues par nos pairs et distinguées par le prix de l'innovation touristique, comme originales et de nature à enrichir la qualité de l'offre en Alsace, les expériences buissonnières trouvent doucement leur public au moment où les offres Vel'ness connaissent un succès croissant.

Les expériences buissonnières sont une manière de « re-désigner » l'offre du territoire pour la replacer dans l'air du temps ! **Ici en mode : « lâcher prise », « prendre du temps pour soi » ou « faire soi-même », « expérimenter »...**

Ce rôle de concepteur d'offres innovantes relève des attributions de l'action publique du tourisme, confiée à l'office du tourisme. Pas du tout, voire peu rentables, ces offres sont les « têtes de gondole ».

Pour leur conception, elles nécessitent : d'être à l'écoute des clients et des tendances du marché, se montrer capable de remise en cause et d'innovation, de bien connaître le territoire et toutes les compétences qu'il recèle, d'avoir la confiance de partenaires fiables et l'appui de collectivités, le tout : associés à l'imagination et l'ingénierie d'une équipe professionnelle.

Lorsque l'on n'a ni la notoriété naturelle ni les moyens d'une communication massive... seule l'innovation permet de se démarquer et de faire parler de soi à moindre coût.

En misant sur le fait que la qualité des services et des « expériences vécues » génèrent la recommandation dont l'impact est aujourd'hui décuplé par la viralité des réseaux sociaux.

Concevoir des offres innovantes

En 2017 nous avons :

- **1** lancé la communication et démarré la vente des forfaits « expériences buissonnières »,
- boosté les ventes de produits touristiques à la journée : **+73%**,
- déposé les marques Expériences buissonnières, Vel'ness et Sentiers plaisir...
- étendu la gamme des offres de la boutique en ligne,
- mis en place un logiciel de caisse et de gestion des stocks.

Pour 2018 nous prévoyons :

- d'asseoir les ventes des expériences buissonnières notamment via les accueils de presse,
- de déployer une nouvelle expérience buissonnière au moins autour de l'une des thématiques « à deux », ou « en famille »,
- de nous doter d'un outil informatique de gestion des produits touristiques eu égard à l'augmentation du volume des ventes,
- de maintenir un taux de croissance des ventes à deux chiffres.

Animation

En 2017 nous avons :

- contribué aux différentes manifestations du Champ du Feu,
- **2** organisé avec le Club Gastronomique la balade gourmande le 10 juin 2017 autour des fermes du Ban de la Roche,

- **3** participé activement à l'organisation de la 1^{ère} Fête du Granulé de bois : une belle expérience de partenariat avec une entreprise.

Pour 2018 nous prévoyons :

- d'organiser les Sentiers plaisir autour des thèmes : 1918 la fin de la Grande Guerre et la mise en avant des productions du terroir ainsi que quelques nouveautés comme la course d'orientation, l'art contemporain, les balades culturelles.



1



2



3

Construction d'une offre « massif des Vosges en famille »

En 2017 dans la continuité de la filière « famille » du Massif des Vosges nous avons :

- créé le jeu de piste « Rose et Louis » autour du Musée Oberlin à Waldersbach,
- **4** créé un jeu de l'oie qui relie toutes les stations partenaires du massif,
- créé des « journées type » famille qui figurent sur le site internet du Massif des Vosges,
- employé les deux journées d'accompagnement individuel par le cabinet Cimbô Conseils, pour lancer la création de sentiers ludiques et/ou thématiques dans trois communes de notre territoire - Schirmeck, La Broque, Ranrupt,
- **5** organisé un voyage d'étude en Autriche, pour voir les réalisations et bénéficier de l'expérience dans le domaine de l'accueil de familles.

Sur la thématique « Famille » en 2018 nous avons décidé :

- de poursuivre notre engagement dans la démarche globale par le renouvellement de notre adhésion à la stratégie touristique Famille Massif des Vosges,
- de faire appel à l'ingénierie spécialisée pour valider la faisabilité, écrire les scénarios et co-construire avec les trois communes leur projet de sentier ludique jusqu'au stade du programme,
- d'assurer la coordination de ces projets communaux et obtenu pour cela le soutien des financements Leader Plus,
- d'accompagner trois sites de visite de la vallée : le Mémorial, le rucher école et le fort de Mutzig dans l'amélioration de l'accueil des familles et la définition d'un parcours dédié,
- **6** de créer des «RDV à la ferme» pour favoriser un moment privilégié de rencontre le temps de la traite et du fourrage des animaux.



Ingénierie de Projets

Parmi les champs d'intervention de l'office de tourisme figurent l'accompagnement de création d'activités, de recherches de financement et le soutien aux communes comme aux privés dans leurs projets touristiques.

2017- 2018

- accueil et accompagnement de porteurs de projets, de reprise d'établissement, de création d'activités, de recherches de financement,
- **1** soutien au montage du dossier d'inscription du site du petit Donon au Patrimoine mondial de l'humanité par l'UNESCO dans le cadre des nécropoles et sites de mémoire de la Grande Guerre,
- accompagnement de la commune de La Broque pour l'aménagement d'un espace mémoriel et d'information sur le site de l'Ancien camp,
- étude de programmation pour la reconversion du VVF de Plaine,
- **2** organisation, à l'initiative du collègue Frison Roche, du 1^{er} forum des métiers durant lequel les professionnels se mobilisent pour donner aux enfants le goût des métiers du tourisme,
- **3** contribution au projet d'établissement du Mémorial de l'Alsace Moselle,
- **4** accompagnement de prestataires pour le montage de dossiers pour des sorties dans le cadre du programme régional Écotourisme et leur promotion.



1



2



3



4



Dire et faire dire du bien de nous

Être à l'écoute, réinventer la destination du parler "vrai"

Si les destinations touristiques se livrent une concurrence féroce qui incite à la surenchère, **il nous faut rester à l'écoute de « l'image naturelle » de la destination, être réaliste sur ses atouts, de manière à garantir une promesse authentique** qu'il est possible de tenir sur le terrain.

Être et rester positif, dire du bien de notre destination, ériger la qualité du service comme une priorité pour faire dire du bien de nous ! C'est l'enjeu de la fidélisation. Et nous savons tous combien il est moins coûteux de fidéliser un client que d'en conquérir de nouveaux...

Pourtant, les « pépites touristiques » de notre vallée n'ont pas nécessairement

généralisés une prise de conscience des habitants quant aux atouts que représente ce secteur d'activité pour eux-mêmes, leur cadre de vie, leurs emplois... Leur fierté d'appartenir à une vallée convoitée par d'autres n'a pas forcément été attisée par ces réussites...

Il nous reste à **trouver les moyens de rapprocher la croissance touristique de la vallée de la Bruche de ses habitants !** Cela passera notamment par le fait d'améliorer la visibilité de la vallée par des éléments de signalétiques pour **renforcer le sentiment d'appartenance et le revendiquer comme une fierté...**

L'office de tourisme fédère et accompagne ses prestataires pour ensemble gagner en compétences

En 2017

Nous avons poursuivi notre partenariat avec nos collègues de l'office de tourisme de la vallée de Villé dans l'organisation conjointe des services à nos prestataires notamment à travers :

- 3 apéros/café du numérique,
- 3 ateliers pratiques sur inscription,
- des accompagnements individuels sur RDV,
- 4 éductours,
- 2 RDV des ambassadeurs.

À cela s'ajoute du lien et du service pour nos prestataires :

- encore plus d'outils pratiques dans l'extranet de l'office de tourisme,
- la mise à disposition des vitrines de l'office de tourisme pour la promotion de vos activités,
- les cartes pro pour permettre à tous de tout connaître dans la vallée de la Bruche.

Au succès aléatoire de certaines de ces initiatives s'ajoute un faible renouvellement des participants, aussi pour 2018 nous envisageons plus d'accompagnement à la demande et des formules quelque peu renouvelées.





Vos rdv en 2018 !



→ 17 Mai
AG de l'office de tourisme



Les RDV du numérique
Dates à venir

- **Une soirée du numérique :**
conférence d'un expert de l'innovation numérique
- **Des ateliers pratiques à l'automne :**
 1. **Analyse de votre visibilité et comment l'améliorer**
 2. **Être au top sur Google my business**
 - Reportage photographique : améliorer mon image par les photos ! Proposition groupée d'un reportage photo pour vos sites internet, brochures,...
 - Des rendez-vous individuels avec nos animatrices numériques : mini-sites,...



Éductours !
→ 25 Mai
Éductour dans la vallée de la Villé

→ 21 Juin
1 journée champêtre

→ 14 Septembre
1 journée Éductour champêtre

→ Date à venir
Éductour au CERD, site du Struthof



Les RDV des ambassadeurs :
afin d'être au plus proche des équipes, nous délocalisons les rendez-vous des ambassadeurs dans 2 établissements...

→ 14 Juin
à l'Auberge Metzger, à Natzwiller

→ 5 Juillet
à la Bellevue, à Saulxures

Des Hommes et des organisations

2018 est une année de renouvellement

• **Qualité tourisme : 4^{ème} renouvellement de la marque**

Prévu au 4^{ème} trimestre, il a pour objectif de garantir une qualité de service constante et de partager de bonnes pratiques professionnelles.

• **Classement en catégorie 1 : renouvellement à prévoir**

Objectif : septembre 2018 la catégorie 1 garantit un office de tourisme au management entrepreneurial.

• **Renouvellement de la convention triennale entre la Communauté de communes et l'office de tourisme**

En septembre 2018 elle intégrera les objectifs issus de la stratégie touristique pour le passage de la marque qualité.

Dans la partie immergée de l'iceberg dont s'occupe votre office de tourisme il y a aussi...

• **La gestion du bâtiment du Conseil départemental au Champ du Feu**

- Gestion et entretien général du bâtiment.
- Organisation de l'ouverture des services : office de tourisme, salle hors sac...
- Gestion des plannings de la salle hors sac et entretien courant du bâtiment.

→ Ouverture du bâtiment du 20 déc. au 30 mars et durant les festivités d'été.

• **De nombreuses représentations auprès des instances régionales**

- Au CA du RESOT.
- Comité Technique Régional.
- Massif des Vosges.
- Association des directeurs du Grand Est.
- Commission formation.
- Contribution à la refonte de la carte touristique de l'AAA.
- Participation aux réunions et ateliers de la stratégie touristique d' « Alsace Destination Tourisme » et de l'AAA notamment par des contributions écrites.
- Fédération des Artisans et Producteurs.
- Pays du sapin de Noël.
- Pays Bruche Mossig Piémont.

Ils vous représentent :

Le Conseil d'administration se réunit sous la présidence de Nicolas Decker et de la vice présidence de Jean-Bernard Pannekoecke en 2018 aux dates ci-dessous :

- mardi 10 avril,
- mardi 12 juin,
- mardi 25 septembre,
- jeudi 29 novembre.

Un Conseil d'administration est organisé en trois collèges égaux :

• Collège des élus

- **Jean-Bernard PANNEKOECKE**
Vice président de la CCVB,
Maire de la Broque
- **Frédéric BIERRY**
Président du Conseil départemental
- **Philippe REMY**
Maire de Grandfontaine
- **Alice MOREL**
Vice Présidente de la CCVB,
Maire de Bellefosse
- **Émile FLUCK**
Maire de Colroy la Roche
- **Gérard DOUVIER**
Maire de Barembach
- **Alain GRISE**
Maire d'Urmatt
- **Martine KWIATKOWSKI**
Conseillère municipale de Lutzelhouse
- **Christiane OURY**
Maire adjointe de Schirmeck

Invité permanent : **Pierre GRANDADAM**
Président de la Communauté de communes de la vallée de la Bruche,
Maire de Plaine

• Collège des socioprofessionnels

- **Corinne METZGER**
Hôteliers
- **Jacques WALTZER (Renouvelable)**
Hôteliers-restaurateurs
- **Marylène GOETZ**
Restaurateurs Traiteurs
- **Pascale THORWARTH LAMBERT**
Gîtes
- **Karine VINCENT**
Gîte Chambre d'hôtes

→ **Danielle VANDENBROUCKE**
Camping

→ **Eric DRAGO**
Hébergements collectifs

→ **Nicolas DECKER**
Jeunes Entrepreneurs

→ **Jacques GRUBER**
Logis de France

• Collège des personnes qualifiées

- **Barbara HESSE**
Tourisme de Mémoire
- **Jean-Pierre DANNANCHER**
Nature environnement patrimoine
- **Evelyne HAZEMANN**
Agriculture
- **Céline PARISON**
Entreprises et services
- **Antoine LUCK (Renouvelable)**
Associations
- **Serge GOSLIN (Renouvelable)**
Entreprises touristiques
- **Dominique BOCQUILLON (Renouvelable)**
Association des commerçants du Champ du Feu
- **Bruno COLIN PROVAL**
- **Thierry GRANDGEORGE**
Entreprises et services touristiques

~~~~~  
SI VOUS SOUHAITEZ VOUS  
ENGAGER À NOS CÔTÉS,  
APPORTER VOS IDÉES POUR  
FAIRE AVANCER LE TOURISME,  
**REJOIGNEZ-NOUS !**  
~~~~~


L'office de tourisme 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.

Il est reconnu pour la qualité de son travail et l'esprit entrepreneurial de ses équipes. Innovant par nombre de ses initiatives, il est souvent appelé 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,
- le soutien décisif de la Communauté de communes de la vallée de la Bruche,
- des collectivités publiques avec lesquelles l'office de tourisme entretient une relation partenariale,
- des prestataires entrepreneurs et novateurs,
- des habitants impliqués,
- une équipe compétente engagée pour son territoire.

Une équipe mobilisée à 100% pour satisfaire ses prestataires en mettant les clients au cœur de ses priorités.

20
17

VOTRE OFFICE DE TOURISME

2 BUREAUX D'ACCUEIL

6 SALARIÉS

SOIT 5,1 ÉQUIVALENTS
TEMPS PLEIN

300 JOURS D'OUVERTURE

35 JOURS SOIT PLUS D'UN
MOIS DE PROMOTION
EXTÉRIEURE (SALONS,
ÉVÈNEMENTS,...)

NOMBRE DE VISITEURS

16 384 PERS.
EN 2016

16 938 PERS.
EN 2017

**PANIER MOYEN
DE LA BOUTIQUE
7€ PAR CONTACT**



Une équipe professionnelle qui s'engage

Nous mettons autant d'énergie à fidéliser nos clients comme nos collaborateurs... Car la valeur d'une entreprise de service est avant tout la somme des valeurs de ses collaborateurs ; la fidélisation est pour nous un enjeu majeur. Elle passe aussi par l'accès à la formation pour 35 heures en moyenne par salariée en 2017. C'est pour nous une manière de reconnaître nos collaborateurs dans ce qu'ils apportent au « résultat commun » et de les encourager à accroître leurs performances en gagnant en compétences.

Nous accueillons des groupes d'élus et de professionnels pour témoigner de nos expériences. Notre organisation, comme nombre de nos initiatives, sont reconnues comme exemplaires.

Nous misons sur la jeunesse et la transmission des savoir faire.

En 2017 nous avons accueilli 6 stagiaires sur 23 semaines.

“ Parfait ! ”

L'équipe se met en 4 pour répondre aux personnes de passage, même pour certains points aux résidents de la vallée.

AVIS TRIP ADVISOR
VISITE EN MARS 2017



*Charmant et efficace
très ouvert à toutes les
explications, et efficace car
a pratiqué elle même les
excursions proposées*

15 MAI 2017

AVIS ÉCRITS SUR
 **tripadvisor**®

*La bonne adresse pour
visiter la vallée de la Bruche :
Quand je suis dans cette
région d'Alsace, je consulte
toujours ce site. Il donne des
informations intéressantes,
notamment pour les adresses
de restaurants. Son site est
utile pour les visiteurs qui ne
connaissent pas la région et
qui cherchent à la découvrir.*

23 MAI 2017



*Excellent : personnel très agréable,
aime son métier et sa région. Prend
le temps de bien expliquer toutes les
choses à découvrir dans le coin. Je
recommande vivement pour ceux
qui veulent visiter l'Alsace.*

12 SEPTEMBRE 2017



AVIS ÉCRIT SUR **GOOGLE**

Accueil extrêmement sympathique et chaleureux. La dame qui nous a reçu a été naturellement disponible, très à l'écoute de nos attentes et de nos envies.

Elle a su faire le tri dans tout ce qui est possible dans cette belle région pour nous proposer des activités, des sorties spécialement adaptées, presque personnalisées tellement elle avait su cibler notre demande.

Grand professionnalisme et simplicité dans toutes les explications. Au-delà de la présentation et des documents annotés à la perfection pour nous retrouver, elle a su nous amener à avoir encore plus de goût à visiter...

Même notre Zoé de 18 mois a été mise à l'aise avec les sourires naturels et son petit coin coloriage!

Je précise que nous sommes malheureusement arrivés peu avant midi et, à aucun moment, nous avons senti qu'elle trépignait à l'approche de la fermeture pour la pause déjeuner. Bravo et encore merci pour tout!

CHRISTOPHE BRUNEL
VISITE DÉBUT AOÛT 17





Étude de définition de la stratégie touristique

La vallée de la Bruche est constituée en territoire touristique depuis la fin des années 80 et en office de tourisme intercommunal depuis 2003.

Elle conduit depuis lors des actions de développement touristique pour valoriser l'offre du territoire, accompagne les professionnels du tourisme dans leurs avancées et assure leur promotion...

Toutefois dans un contexte où le tourisme connaît de profondes mutations, la Communauté de communes et l'office

de tourisme ont souhaité vérifier la pertinence des moyens et des actions qu'ils consacrent à ce pan important de l'économie de notre vallée. Pour cela, nous avons sollicité un diagnostic des forces et des faiblesses de notre destination touristique qui nous permettent de redéfinir des priorités pour l'avenir.

Pour ce travail nous avons :

- sollicité et obtenu le soutien des financements européens Leader,
- fait réalisé l'étude par deux experts : Marc Espitalié, Espitalié Consultants et François Perroy, Emotio tourisme.

› **Taux de fonction touristique :** indicateur mesurant le rapport entre la capacité en hébergements touristiques des communes et leur population résidente à l'année, exprimé en pourcentage.

**Taux de fonction
touristique de la vallée
de la Bruche : 43%**

Cet indicateur permet d'évaluer l'importance que revêt l'économie touristique pour un territoire

Il est élevé dans la vallée du fait d'un nombre important de lits pour une faible densité de population.

Par comparaison le département du Bas-Rhin a un taux de fonction touristique de 10%.

C'est notamment ce taux qui permet au 26 communes de la vallée de la Bruche d'être classées "Communes Touristiques".

Une photographie touristique de la vallée de la Bruche en quelques chiffres

issus de la stratégie touristique chiffres 2017

› Chiffres clés

de la Communauté de communes de la vallée de la Bruche :

26 communes

CLASSÉES
"COMMUNES
TOURISTIQUES"

9 620

lits touristiques

2 220 MARCHANDS
7 400 NON MARCHANDS

22 053

habitants

› **Le tourisme, une véritable filière économique** grâce à une activité à l'année

L'économie touristique dans la vallée de la Bruche représente :

700 000

NUITS ESTIMÉES

dont

- 300 000 nuitées marchandes
- 400 000 nuitées non marchandes

68 000 000 €

DE DÉPENSES TOURISTIQUES/AN
(base des statistiques de l'Ort 2017)

dont

- 66% des dépenses liées clientèles hébergées
- 34% des dépenses liées aux excursions

Dépense moyenne/jour

141 €/j

POUR LES CLIENTS HÉBERGÉS

66 €/j

POUR LES CLIENTS EN EXCURSION

L'emploi touristique dans la vallée de la Bruche

500 EMPLOIS DIRECTS

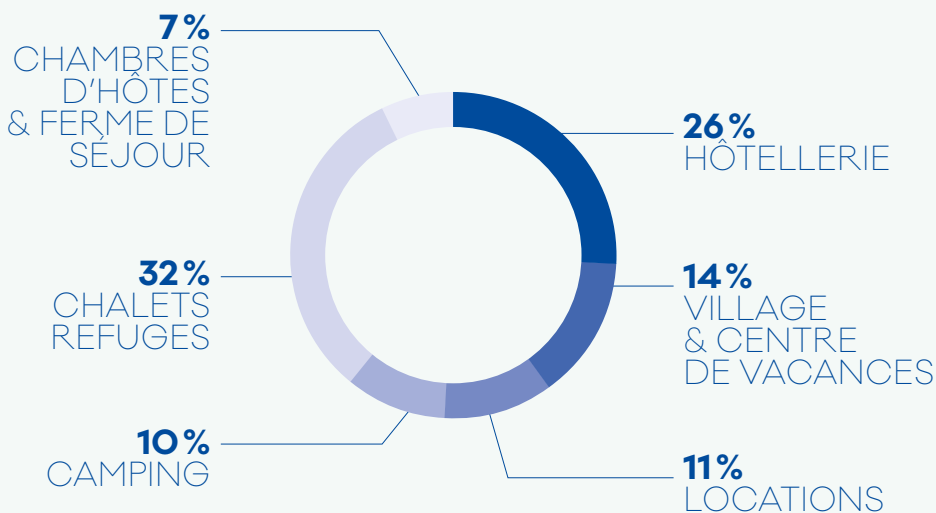
- soit 7,6% des emplois du territoire
- dont 220 équivalents temps plein dans l'hôtellerie

1 EMPLOI TOURISTIQUE DIRECT

= 1 EMPLOI INDUIT, soit **1 000**
emplois liés au tourisme dans la vallée

La vallée compte **2** des sites parmi les plus visités en Alsace.

› Répartition des hébergements marchands dans la vallée de la Bruche : 2 220 lits



› L'hôtellerie de la vallée de la Bruche :

26% DE LA CAPACITÉ D'HÉBERGEMENT

45% DES DÉPENSES (20 300 000€)

50% DES NUITÉES

141 € /DÉPENSES/J/PERS.

6 ÉTABLISSEMENTS RÉALISENT À EUX SEULS PLUS DE **50%** DES NUITÉES

Fréquentation des sites touristiques payants en 2017

Struthof
175 698
ENTRÉES

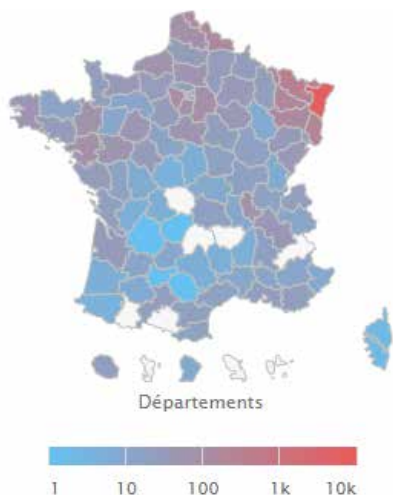
Musée Oberlin
29 742
ENTRÉES

**Mémorial
de l'Alsace-Moselle**
42 702
ENTRÉES

Champ du feu
28 500
JOURNÉES
SKIEURS



› Origine des visiteurs



Source : Avizi, provenance des visiteurs à l'office de tourisme.

3 premières régions :



4 premiers pays :



› Détail des chiffres de l'office de tourisme de la vallée de la Bruche



Guichet

Office de tourisme de Schirmeck et Champ du Feu

12 464 **13 612**
EN 2016 EN 2017



Téléphone

Office de tourisme de Schirmeck et Champ du Feu

3 014 **2 754**
EN 2016 EN 2017

› Chalet du Champ du Feu, ouvert du 17/12/16 au 16/03/17 en station

Accueil, information, promotion, gestion du bâtiment public.

Bureau de l'office de tourisme

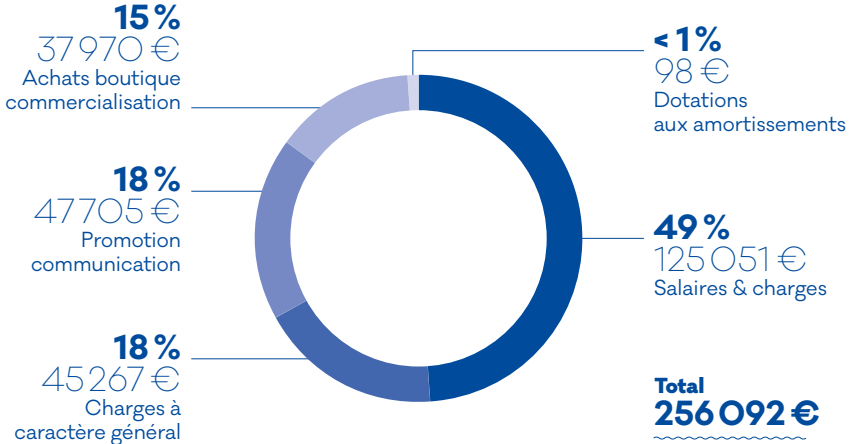
- › Ouverture les mercredis, samedis et dimanches, hors vacances scolaires et 7j/7 pendant les congés scolaires toutes zones.
- › 57 jours d'ouverture de l'office de tourisme.
- › 4 288 pers. en 2017.

Salle hors sac

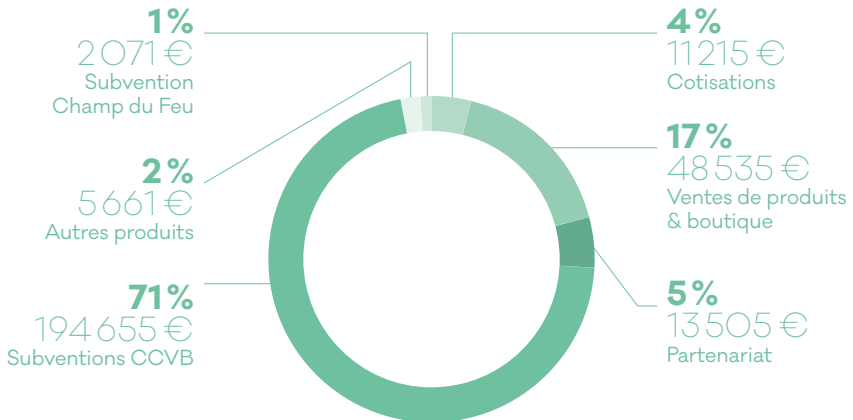
- › 23 988 personnes accueillies pendant la saison hivernale dans la salle hors sac.
- › 88 jours d'ouverture.

› Synthèse financière 2017

Résultats 2017 : dépenses

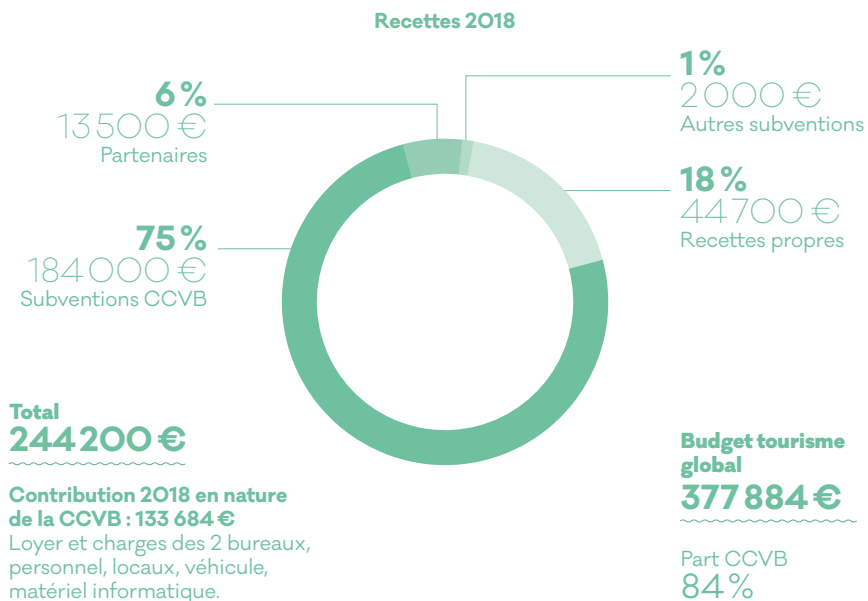
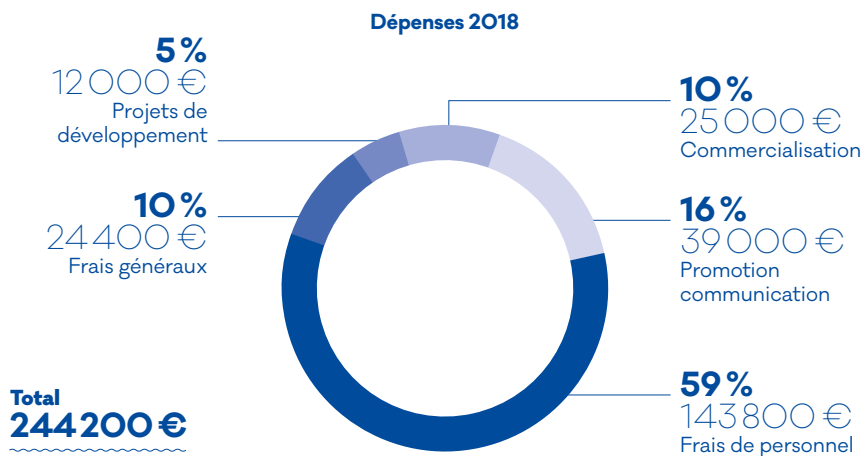


Résultats 2017 : recettes



Total } Résultat de l'exercice
275 643 € } 19 551 €

› Budget 2018



La vallée de la Bruche : des éléments forts d'attractivité territoriale

Une bonne qualité des infrastructures routières qui permet de toucher un bassin de clientèle considérable en moins de 3 heures.

Un territoire qui a une identité géographique et humaine forte au sein d'une région attractive, l'Alsace et d'un massif connu, les Vosges.

De nombreuses offres et des sites touristiques d'envergure : le Mémorial, le Struthof, le musée Oberlin, le fort de Mutzig, le Champ du Feu, le Donon...

Une qualité d'offre d'hébergement de grande notoriété : un des 20 Logis d'exception en France, le meilleur spa d'Europe, 2 Relais du silence, un Relais & Châteaux.

Une offre touristique globalement en phase avec l'évolution des attentes des clients : une offre pour les familles, les randonneurs, les amateurs de tourisme de mémoire...

Un niveau exceptionnel de satisfaction des clientèles et un bon taux de fidélisation.

Un tourisme qui progresse sensiblement sur la fréquentation des visiteurs étrangers en raison d'une forte présence sur ces marchés.

Une image très positive et attractive en phase avec les attentes des touristes mêlant valeurs, qualité de l'accueil et chaleur humaine, gastronomie et produits du terroir.

Une bonne connaissance et reconnaissance de l'office de tourisme par les acteurs et les clients, qui s'appuie sur la technicité, le professionnalisme, les habitudes de travail en commun. La qualité d'accueil, le choix d'outils innovants et une culture tournée vers la mise en marché.



MARQUES DE DESTINATION

POUR VOS ÉDITIONS
DE DOCUMENTS, PAPIER
À LETTRES, FACTURES,
TOUS SUPPORTS
DE COMMUNICATION
ET DE PROMOTION :

Pensez à ajouter les marques de destination : Alsace, Massif des Vosges, vallée de la Bruche...

Demandez les logos à l'office de tourisme, ils permettent de situer votre activité et sont gages de qualité.



Alsace



Joindre nos forces : **adhérer**

› Les formules d'adhésion 2018 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.

› Comment faire ?

1. Découpez & remplissez le bulletin d'adhésion situé ci-contre.
2. Accompagnez-le de votre règlement (chèque ou virement).
3. Retournez le 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 2018, la cotisation-partenaire et les « Packs » page 38

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

Rejoignez nos forces !

Devenez partenaires de l'office de tourisme



› Choisissez votre formule d'adhésion 2018 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 touristique 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

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 : **vo**tre**acti**vi**tévalleedelabruche.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 gratuitement aux éducateurs 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.

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 de 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 ».

Rapport d'activités

2017

Tendances

2018

Nouveau !
Un site pour
découvrir
toutes nos
randos !
rando-bruche.fr

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

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

- un bureau à Schirmeck
et au Champ du Feu en saison
- 1 équipe professionnelle qui
s'engage, un conseil sur mesure !

114 Grand'Rue
67130 Schirmeck
☎ **+(33) 03 88 47 18 51**
tourisme@valleedelabruche.fr

Infos & documentations
www.valleedelabruche.fr
www.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
9h › 17h
• et 7/7j durant les vacances
scolaires des trois zones



Crédits photos : office de tourisme de la vallée de la Bruche/Stéphane Spach, MOVELO/Christophe Dumoulin, Massif des Vosges/INFRA & Thomas Devard