

AXES DE DÉVELOPPEMENT ET FICHES ACTIONS

du projet de mise en réseau autour des GR® de Pays

Introduction

Les axes de développement et fiches actions qui sont présentées ci-après résultent des 7 ateliers de réflexion qui ont été menés avec les hébergements mobilisés du 25 juin au 4 juillet 2019. Au total, c'est 50 hébergements qui ont été impliqués dans cette co-construction. Ces rencontres ont fait suite aux rendez-vous individuels qui ont été menés auprès de 84 hébergeurs afin de leur présenter le projet, cerner leurs attentes et estimer leur motivation.

I. Axes de développement du projet

La première partie des réunions qui se sont déroulées a permis de cerner quelles étaient les motivations des acteurs présents à l'idée de cette mise en réseau. Ont ainsi pu être dégagés 5 grands objectifs à considérer dans la réalisation de ce projet, comme présentés ci-dessous.

AXE 1 : Affirmer un positionnement écotouristique du territoire et valoriser sa richesse patrimoniale.

→ **Sous axe 1 :** Développer et valoriser les richesses patrimoniales du territoire.

→ **Sous axe 2 :** Préserver le patrimoine naturel et sensibiliser à la préservation de l'environnement le long des itinéraires.

AXE 2 : Améliorer et dynamiser l'image du territoire ainsi que la notoriété des acteurs locaux et de leurs initiatives à travers les GR® de Pays.

AXE 3 : Elargir et renforcer la notoriété de la destination à travers une diversification de la clientèle itinérante et un étalement de la saisonnalité touristique.

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant.

AXE 5 : Qualifier l'offre d'itinérance pédestre et développer des services adaptés à cette filière touristique.

→ **Sous axe 1 :** Proposer une offre touristique d'itinérance de qualité et adaptée au différents types de clientèle.

→ **Sous axe 2 :** Développer un accueil de qualité et des services appropriés pour cette clientèle spécifique.

II. Fiches Actions

Tout d'abord, il semble important de préciser que toutes les actions qui ont été définies seront au moment de leur mise en oeuvre étroitement co-construites et réalisées par les membres du réseau volontaires. D'autres types d'acteurs seront bien sûr mobilisés et des ateliers de travail seront quasiment systématiques pour l'élaboration de ces différentes opérations, permettant ainsi de mobiliser ceux souhaitant s'investir.

Toutes les fiches action proposées ici, bien qu'elles se rapportent toutes à un axe du plan de développement, se trouve dans l'ensemble très transversales. Celles-ci se trouvent en effet rattachées à d'autres axes et sont même pour certaines interdépendantes avec d'autres actions.

Lorsque l'on retrouve dans les moyens humains l'**animateur référent**, on parle ici de la personne qui sera chargée de la construction et de l'animation du réseau sur la période 2020-2022. Une fiche action spécifique est d'ailleurs destinée à détailler l'intérêt de recruter une personne entièrement dédiée à la mise en place de ce projet.

Pour la section "Partenaires" présentée dans ces fiches actions, on entend ici les premiers partenaires qui sont pressentis dans l'élaboration de l'action. Cela n'exclue donc pas d'autres acteurs pouvant potentiellement s'associer par la suite, notamment au moment des réflexions qui seront menées avec les membres du réseau, qui pourront au final permettre de suggérer d'autres partenaires potentiels à la mise en oeuvre de l'action.

Voilà finalement les 21 fiches actions qui ont été dégagées :

- Fiche action n°1 : Recensement des patrimoines, services et acteurs présents sur le territoire,
- Fiche action n°2 : Création d'une charte du randonneur,
- Fiche action n°3 : Développement et valorisation des produits locaux et circuits courts,
- Fiche action n°4 : Encourager la réduction des déchets et les économies d'énergies,
- Fiche action n°5 : Création d'une identité visuelle,
- Fiche action n°6 : Création d'un site internet,
- Fiche action n°7 : Déploiement d'une stratégie événementielle,
- Fiche action n°8 : Déploiement d'une stratégie de communication (média et hors média),
- Fiche action n°9 : Adapter les supports de communication en langues étrangères,
- Fiche action n°10 : Construire et décliner l'offre itinérante,
- Fiche action n°11 : Formation des membres du réseau,
- Fiche action n°12 : Mise en oeuvre d'un système de suivi et d'évaluation du réseau,
- Fiche action n°13 : Création d'une charte qualité commune aux membres du réseau,
- Fiche action n°14 : Création d'un poste d'animateur réseau dédié,
- Fiche action n°15 : Mise en place d'outils au service du travail collaboratif,
- Fiche action n°16 : Création d'une structure associative, suivi et pérennisation,
- Fiche action n°17 : Mobilisation des acteurs économiques et touristiques en lien avec les GR@P,
- Fiche action n°18 : Instauration d'un système de fidélité,
- Fiche action n°19 : Déploiement de supports d'information,
- Fiche action n°20 : Création de partenariats de sponsoring,
- Fiche action n°21 : Organisation au niveau des services aux randonneurs.

AXE 1 : Affirmer un positionnement écotouristique du territoire et valoriser sa richesse patrimoniale

Sous Axe 1 : Développer et valoriser les richesses patrimoniales du territoire

FICHE ACTION N°1 : RECENSEMENT DES PATRIMOINES, SERVICES ET ACTEURS PRÉSENTS SUR LE TERRITOIRE

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Créer une base de données fiable, complète et diversifiée, afin de réaliser d'autres actions spécifiques, - Avoir une connaissance complète des patrimoines présents le long des itinéraires GR® de Pays, - Capitaliser des informations relatives aux services proposés le long des itinéraires, - Tenir à jour un agenda des événements et manifestations se déroulant à proximité des itinéraires, - Être en mesure de proposer des informations complètes et fiables aux randonneurs itinérants, - Créer du lien avec les acteurs capitalisant des informations sur ces thématiques (système partenarial).
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion pour préciser les éléments à recenser, capitaliser et répartir les rôles.</p> <p>Etape 2 Phase de recueil des données et de terrain pour compléter le recensement si besoin.</p> <p>Etape 3 Vérification et validation des bases de données réalisées avec les membres du réseau et partenaires.</p> <p>Etape 4 Mise à jour des données au début de chaque année.</p> <p>Détails des éléments pressentis pour le recensement</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recensement des patrimoines : Gastronomique (produits locaux, du terroir, recettes traditionnelles, etc), culturels et historiques (monuments, lieux historiques, architecture, artisanats et artisans, personnages historiques et mythologiques (ex : le Darou, mythologie Celte),...) et naturels (panoramas, sites naturels remarquables, paysages, curiosités, faunes et flores locales, etc). - Recensement des acteurs et prestataires : Producteurs locaux, professionnels à vocation touristique, associations et structures en lien avec l'environnement, professionnels économiques, acteurs parlant une ou plusieurs langues étrangères. - Recensement des événements et manifestations culturelles et sportives, - Recensement des services le long des itinéraires Poubelles, points d'eau potable, services pratiques (commerces, épiceries, médecins, pharmacie, etc).
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du réseau, - Les randonneurs itinérants (et plus largement la clientèle touristique des membres du réseau).
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent qui se chargera de la collecte et sélection des données, - Les membres du réseau volontaires.
BUDGET PRÉVISIONNEL	00,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De mars et avril 2020</p> <p>Etape 2 : De janvier à août 2020</p> <p>Etape 3 : En septembre 2020</p> <p>Etape 4 : De janvier à février des années 2021 et 2022</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Structures en lien avec l'environnement, - Fédérations de randonnée, - Région Grand Est via l'Observatoire Lorrain du Tourisme, - Département des Vosges via l'Observatoire départemental du tourisme des Vosges, - Offices de tourisme et EPCI du territoire.
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°2, 4 et 5</p> <p>Actions : n°3, 4, 10, 17, 19 et 21</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vérification et validation des données recueillies auprès des partenaires et membres, - Mise à jour des données. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création d'une base de données complète et fiable.

AXE 1 : Affirmer un positionnement écotouristique du territoire et valoriser sa richesse patrimoniale

Sous Axe 2 : Préserver le patrimoine naturel et sensibiliser à la préservation de l'environnement le long des itinéraires

FICHE ACTION N°2 : CRÉATION D'UNE CHARTE DU RANDONNEUR

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Affirmer les valeurs du réseau à travers une charte aux randonneurs qui garantie la qualité du séjour itinérant proposé (des randonneurs sur les chemins respectueux et bienveillants), - Sensibiliser les randonneurs itinérants à la préservation de l'environnement et au respect des professionnels mais aussi de la population locale.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion sur le contenu de cette charte avec les membres souhaitant participer.</p> <p>Etape 2 Diffusion du projet de charte en interne du réseau et validation par tous les membres (une fois d'éventuelles modifications réalisées).</p> <p>Etape 3 Diffusion de la charte en format numérique et papier (site internet, réseaux sociaux, dans les établissements des membres et partenaires du réseau).</p>
PUBLICS VISÉS	- Les touristes itinérants qui randonnent ou projettent de randonner sur les GR® de Pays.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent qui mènera les ateliers de réflexion et suivra les différentes étapes de l'action, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impression des chartes sur supports papiers (pour diffusion chez les membres).
BUDGET PRÉVISIONNEL	Affiches format A1 (200 exemplaires) : 238,37 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De septembre à octobre 2021</p> <p>Etape 2 : Novembre 2021</p> <p>Etape 3 : Décembre 2021</p>
PARTENAIRES	- Réseaux d'acteurs autour d'itinéraires en France qui ont réalisé une charte du randonneur.
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°2, 4 et 5</p> <p>Fiches actions : n°4, 13 et 19</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Enquêtes auprès des randonneurs itinérants, - Nombre de vues sur la page du site internet dédiée à cette charte, - Questionnaire de satisfaction auprès des professionnels sur les comportements des randonneurs itinérants. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réduire le risque de mécontentement des professionnels vis à vis du comportement de certains randonneurs itinérants, - Un rapport amélioré entre visiteurs et visités, - Un impact minimisé sur l'environnement le long des itinéraires, - Des randonneurs itinérants sensibilisés, respectueux et bienveillants.

AXE 1 : Affirmer un positionnement écotouristique du territoire et valoriser sa richesse patrimoniale

Sous Axe 2 : Préserver le patrimoine naturel et sensibiliser à la préservation de l'environnement le long des itinéraires

FICHE ACTION N°3 : DÉVELOPPEMENT ET VALORISATION DES PRODUITS LOCAUX ET CIRCUITS COURTS

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Encourager les circuits-courts en incitant les professionnels de la restauration (hébergeurs et restaurateurs) membres du réseau à utiliser au maximum des produits locaux, - Informer les professionnels sur les producteurs locaux se trouvant à proximité de leur établissement en proposant un "annuaire des producteurs", - Valoriser la gastronomie du territoire et le producteurs locaux.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les acteurs sur la mise en oeuvre et déclinaison de cette action et des différentes réalisations possibles.</p> <p>Etape 2 Capitalisation de données relatives aux producteurs locaux du territoire et réalisation d'une cartographie au vu de créer un annuaire destiné aux professionnels mais aussi aux touristes. Création, impression et diffusion des annuaires chez les membres.</p> <p>Etape 3 Réflexion et mise en oeuvre de solutions afin de mettre en place un groupement d'achat entre les professionnels afin de faciliter l'approvisionnement en produits locaux, mais aussi autour de la mise en place de dépôts ventes auprès des membres du réseau pour valoriser certains produits.</p> <p>Etape 4 Construction d'un projet de valorisation de la gastronomie locale avec un établissement scolaire ou universitaire. Ce projet partenarial permettrait notamment de créer des fiches recettes spécifiques au patrimoine alimentaire du territoire, diffusées auprès des professionnels de la restauration membres mais aussi auprès des randonneurs itinérants (et plus largement les consommateurs).</p>
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les professionnels de la restauration (hébergements et restaurants) - Les randonneurs itinérants mais plus généralement les consommateurs (touristes et locaux)
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent qui mènera les ateliers de réflexion et suivra les différentes étapes de l'action, - Les membres du réseau volontaires (professionnels de la restauration principalement). <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impression de l'annuaire des producteurs locaux et des fiches recettes.
BUDGET PRÉVISIONNEL	<p>Annuaire des producteurs : 310,18 € TTC</p> <p>Flyers fiches recettes : 244,80 € TTC</p>
CALENDRIER	<p>Etape 1 : D'avril à mai 2021</p> <p>Etape 2 : D'octobre à novembre 2021</p> <p>Etape 3 : De mars à avril 2022</p> <p>Etape 4 : De septembre 2021 à juin 2022</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Réseaux de producteurs (agriculteurs, éleveurs, métiers de bouche, etc) Exemples : Bienvenue à la Ferme, Accueil Paysan, Agriculture Bio, magasins de producteurs, etc. - Un (ou plusieurs) établissement(s) scolaire(s) ou universitaire(s) spécialisés dans l'alimentation Lycées hôteliers, universités, instituts de formation, etc. - Collectivités territoriales et locales Conseil Régional, Conseil Départemental, CCI, Offices de Tourisme et EPCI du territoire
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n° 2, 4 et 5</p> <p>Fiches actions : n°1, 10, 13, 17, 19 et 21</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Questionnaire de satisfaction et d'évaluation auprès des membres mais aussi partenaires impliqués, - Nombre de fiches recettes distribuées auprès des randonneurs itinérants, - Questionnaire de satisfaction auprès de la clientèle touristique sur la restauration, - Nombre d'achats et volume d'achats réalisés par le groupement. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maximiser la présence des produits locaux chez les professionnels membres du réseau, - Optimiser la découverte de la gastronomie locale auprès des touristes.

AXE 1 : Affirmer un positionnement écotouristique du territoire et valoriser sa richesse patrimoniale

Sous Axe 2 : Préserver le patrimoine naturel et sensibiliser à la préservation de l'environnement le long des itinéraires

FICHE ACTION N°4 : ENCOURAGER LA RÉDUCTION DES DÉCHETS ET LES ÉCONOMIES D'ÉNERGIES

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Préserver le patrimoine naturel du territoire, - Sensibiliser et encourager les touristes itinérants à être responsables dans leurs comportements et dans leurs façons de consommer, - Informer et sensibiliser les acteurs membres à la réduction des déchets et de leur consommation en énergie, - Encourager les professionnels à sensibiliser leurs clientèles.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les acteurs sur la mise en oeuvre et déclinaison de cette action et des différentes réalisations possibles.</p> <p>Etape 2 Mise en oeuvre du projet autour des boîtes à repas personnalisées, calibrées et logotées pour les piques-nique des randonneurs. Réflexion autour du système de consigne à mettre en place, de la logistique, etc. Commande des boîtes à repas.</p> <p>Etape 3 Achat et distribution des sacs biodégradables pour les randonneurs itinérants (dépôt chez les hébergeurs) pour éviter qu'ils jettent des déchets dans la nature durant leur marche.</p> <p>Etape 4 Réflexion autour du tri sélectif et de la réduction de la consommation (énergies, déchets, compost, etc). Mise en place notamment d'un challenge zéro déchets ou sans plastique, tant en interne qu'en externe (pour les acteurs membres mais aussi pour les randonneurs itinérants).</p>
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les touristes itinérants qui randonnent ou projettent de randonner sur les GR® de Pays, - Les professionnels membres du réseau.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Boîtes à repas personnalisées, - Lots de sacs poubelles biodégradables.
BUDGET PRÉVISIONNEL	<p>Boîtes à repas personnalisées : 1965,60 € TTC</p> <p>Lots de sacs poubelles biodégradables (6L) : 105,60 € TTC</p>
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De novembre à décembre 2021</p> <p>Etape 2 : De février à mars 2022</p> <p>Etape 3 : De février à mars 2022</p> <p>Etape 4 : D'octobre à décembre 2022</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Associations et structures en lien avec l'environnement et l'écologie (Espace Info-Energie, ADEME, Association ETC_Terra, etc), - Conseil départemental.
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°2, 4 et 5</p> <p>Fiches actions : n°2, 10, 11, 13 et 19</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de demande pour les boîtes à repas, - Questionnaire de satisfaction auprès des randonneurs itinérants sur la propreté des chemins, - Outils d'évaluation de la consommation énergétique et de la gestion des déchets chez les membres. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des acteurs (tant les professionnels que les randonneurs) sensibilisés et responsables dans leurs consommations. - Des chemins et un environnement naturel préservés.

AXE 2 : Améliorer et dynamiser l'image du territoire et la notoriété des acteurs locaux et de leurs initiatives à travers les GR® de Pays

FICHE ACTION N°5 : CRÉATION D'UNE IDENTITÉ VISUELLE

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Permettre au réseau et à l'association qui va être créée d'avoir une identité commune qui offrira une visibilité et une cohérence auprès des randonneurs itinérants mais aussi qui permettra d'affirmer une identité collective à laquelle pourront se rattacher les membres, - Disposer des supports et ressources nécessaires pour la promotion et la communication.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de concertation avec les membres (menés par l'agence de communication mandatée)</p> <p>Etape 2 Réalisation et proposition par l'agence d'une charte graphique, d'un logo et d'une déclinaison de supports "ressources", "types" pour la promotion : affiches en différents formats, déclinaisons sur différents supports (banderoles, bandeau facebook, internet, signature mail, etc).</p> <p>Etape 3 Proposition, modification et validation par les membres lors de réunions de concertation.</p> <p>Etape 4 Production d'une banque de photos et vidéos pour avoir une base ressource pour la communication (dans l'esprit de l'identité créée).</p>
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs itinérants, - Les membres du réseau.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consultants de l'agence de communication mandatée (ateliers de concertation et réalisation technique de l'identité visuelle).
BUDGET PRÉVISIONNEL	7 044,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De mai à juin 2020 Etape 2 : De juillet à août 2020 Etape 3 : Septembre 2020 Etape 4 : De juillet à août 2020 et en octobre 2020</p>
PARTENAIRES	
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 3 et 4 Fiches actions : n°6, 7, 8, 10, 16 et 19.</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Questionnaire de satisfaction auprès des membres du réseau, - Questionnaire auprès des randonneurs itinérants (pour connaître leur avis et perception). <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création d'une identité visuelle forte et représentative des attentes des parties prenantes mais aussi des randonneurs itinérants

AXE 2 : Améliorer et dynamiser l'image du territoire et la notoriété des acteurs locaux et de leurs initiatives à travers les GR® de Pays

FICHE ACTION N°6 : CRÉATION D'UN SITE INTERNET

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer un site internet vitrine des GR® de Pays, permettant de centraliser toutes les informations afin de faciliter l'organisation des randonneurs itinérants et d'accroître la visibilité des itinéraires et des acteurs membres, - Disposer d'une plateforme pour communiquer sur les actions et projets de l'association.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les membres concernant le contenu et les fonctionnalités du site internet. Concertation avec l'agence de communication ou webdesigner mandaté.</p> <p>Etape 2 Validation collective aux différentes étapes de réalisation du site avec l'agence.</p> <p>Etape 3 Mise en ligne de la version finale du site.</p> <p>Contenu du site internet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Créer une plateforme centralisant toutes les informations relatives aux itinéraires (<i>acteurs économiques et touristiques, étapes, séjours clés en main, services, choses à voir, conseils et bonnes pratiques, etc.</i>) - Proposer une carte interactive des itinéraires permettant de visualiser toutes les informations disponibles et de permettre aux randonneurs d'organiser plus facilement leur séjour, - Proposer une rubrique dédiée pour télécharger de la documentation (topoguides, brochures, explications et informations divers, etc.) ainsi que les traces gpx des 3 itinéraires, - Proposer des liens vers les sites des acteurs partenaires afin de faciliter la navigation et la recherche, - Offrir une page d'actualité permettant d'informer sur les actions réalisées par l'association, - Mettre à disposition un formulaire de contact afin de renseigner les personnes intéressées, - Intégrer une rubrique destinée aux avis et retours donnés par les randonneurs itinérants.
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs itinérants, - Les membres du réseau.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - Animation et actualisation des informations du site réalisée par l'animateur référent, - Les membres du réseau. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Webdesigner ou Agence de Communication spécialisée.
BUDGET PRÉVISIONNEL	8 364,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De octobre à novembre 2020 Etape 2 : Décembre 2020 Etape 3 : Janvier 2021</p>
PARTENAIRES	
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 3, 4 et 5 Fiches actions : n°5, 7, 8, 10, 19 et 21</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fréquentation du site internet et nombres de clics, - Questionnaire de satisfaction lié à l'utilisation du site (auprès des internautes et des membres). <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interactivité et ergonomie qui permet de faciliter l'accès à l'information, - Un référencement efficace.

AXE 2 : Améliorer et dynamiser l'image du territoire et la notoriété des acteurs locaux et de leurs initiatives à travers les GR® de Pays

FICHE ACTION N°7 : DÉPLOIEMENT D'UNE STRATÉGIE ÉVÈNEMENTIELLE

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Faire connaître les GR® de Pays sur le territoire et auprès des clientèles touristiques de proximité, - Accroître la notoriété des GR® de Pays et leur visibilité, - Valoriser les événements et animations locales et mises en oeuvre par le réseau.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1: Ateliers de réflexion avec les membres sur la mise en oeuvre et déclinaison de cette action et des différentes réalisations possibles.</p> <p>Etape 2 : Mise en oeuvre d'une programmation de visites et animations.</p> <p>Etape 3 : Construction et réalisation d'une fête des GR® de Pays.</p> <p>Etape 4 : Participation à un ou plusieurs salons de la randonnée (ex : Salon du Randonneur, Grand Bivouac).</p> <p>Idées d'événements à mettre en oeuvre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marches gourmandes en partenariat avec les producteurs locaux et organismes organisant déjà ce genre d'événements sur le territoire, - Programmation de visites guidées et animations (visites pédagogiques à la ferme, ateliers d'artisanat, sorties autour de la faune et la flore Vosgienne, jeux de piste, etc), - Organisation d'une fête des GR® de Pays (stands et animations proposés par les membres et partenaires), déclinable chaque année sur un nouveau tronçon d'itinéraires, - Participation à des salons sur les thématiques de la randonnée et du tourisme de nature, en partenariat avec les acteurs institutionnels pouvant offrir une visibilité supplémentaire au GR® de Pays. - Mettre en place un agenda d'événements et d'animations clés et ciblés, pouvant être déclinés autour des saisons (printemps, été et automne principalement).
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs itinérants, - La population locale.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Équipements pour les événements et salon (pour communication et visibilité).
BUDGET PRÉVISIONNEL	<ul style="list-style-type: none"> - Salons : 1780,00 € TTC - Équipements événements (comptoir mobile, roll-up, banderoles) : 2000,00 € TTC - Fête de la randonnée : 1500,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1: De janvier à mars 2021</p> <p>Etape 2 : D'avril à mai 2021</p> <p>Etape 3 : De novembre 2021 à juin 2022</p> <p>Etape 4 : Au cours des années 2021 et 2022, date(s) précise(s) à déterminer ultérieurement.</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Associations et structures organisant des événements autour de la thématique de la randonnée, - Structures liées à l'environnement et à la biodiversité, Ex : Association ETC_Terra, Conservatoire des Espaces Naturels de Lorraine, PNR des Ballons des Vosges, etc. - Partenaires institutionnels Ex : Commissariat d'aménagement du Massif des Vosges, Département des Vosges, Région Grand Est, etc.
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 3 et 4</p> <p>Fiches actions : n°3, 8, 10, 17 et 20</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de participants aux événements organisés, - Formulaire de contact remplis lors des salons par des randonneurs itinérants intéressés, - Questionnaires de satisfaction auprès des membres participants. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Augmenter la notoriété des GR® de Pays et dynamiser le territoire par des actions mobilisantes.

AXE 2 : Améliorer et dynamiser l'image du territoire et la notoriété des acteurs locaux et de leurs initiatives à travers les GR® de Pays

FICHE ACTION N°8 : DÉPLOIEMENT D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION (MÉDIA ET HORS MÉDIA)

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Faire connaître les GR® de Pays en France et auprès de la clientèle étrangère de proximité, - Attirer des randonneurs itinérants sur les trois GR® de Pays sur les saisons (printemps, été et automne), - Développer et animer une présence sur le web, - Valoriser les itinéraires mais aussi les acteurs et patrimoines du territoire.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1: Ateliers de réflexion avec les membres sur la construction de la stratégie de communication.</p> <p>Etape 2: Création des comptes sur les différents réseaux sociaux choisis.</p> <p>Etape 3 : Création des supports de communication et du spot vidéo promotionnel.</p> <p>Etape 4 : Diffusion, animation des réseaux sociaux et maintien de la communication.</p> <p>Supports et actions de communication potentiels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réseaux sociaux (Facebook, Instagram, chaîne Youtube (pour la gastronomie notamment)), - Sites de randonnée (Visorando par exemple), - S'appuyer sur des influenceurs : youtubeurs et/ou bloggeurs, - Création de supports de communication papiers innovants et originaux pour promouvoir les GR® de Pays, valoriser les patrimoines du territoire mais aussi sensibiliser à l'environnement (plaquette, magazine, BD, etc), - Actions ciblées de communication média (presse et radio), - Réalisation de spots vidéos promotionnels, - Organisation de jeux-concours sur le site et sur les réseaux sociaux. - Création d'un Fichier Client (infos pratiques, centres d'intérêts, etc) pour pouvoir réaliser une communication ciblée et diffuser une newsletter.
CIBLES / PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs itinérants, - Les membres du réseau.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supports de communication papiers et numériques, - Agence de communication mandatée (pour la réalisation des spots vidéos).
BUDGET PRÉVISIONNEL	<ul style="list-style-type: none"> - Insertions presse (Montagnes des Vosges(¼ page) et 100% Vosges) : 3000,00 € TTC - Radio (Vosges FM) : 1 953,60 € TTC - Spots vidéos : 6 960 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1: De septembre à décembre 2020</p> <p>Etape 2 : De novembre à décembre 2020</p> <p>Etape 3 : De janvier à juin 2021</p> <p>Etape 4 : A partir de mars 2021</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Presses et radios locales, régionales et spécialisées (sur les sports outdoors et la randonnée), - Youtubeurs et bloggeurs (qui voyagent, randonnent, etc)
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 3 et 5</p> <p>Fiches actions : n° 5, 6, 7, 10, 19 et 20</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux et nombre de vues des vidéos partagées, - Nombre de participants aux jeux-concours, - Nombre de documentations écoulées (chaque année). <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Augmenter le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux, - Augmenter la visibilité du réseau et des GR® de Pays, - Développer le fichier client du réseau.

AXE 3 : Elargir et renforcer la notoriété de la destination à travers une diversification de la clientèle itinérante et un étalement de la saisonnalité touristique

FICHE ACTION N°9 : ADAPTER LES SUPPORTS DE COMMUNICATION EN LANGUES ÉTRANGÈRES

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	- Proposer une offre de qualité aux clientèles étrangères (anglaises, allemandes et néerlandaises principalement) avec des supports adaptés.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Réunions de travail avec les membres souhaitant participer afin d'estimer quels seraient les documents à traduire, et ceux complémentaires et spécifiques qui seraient à réaliser. Exemple : fiche explicative sur le fonctionnement du balisage en France.</p> <p>Etape 2 Réalisation de la traduction des documents choisis et élaboration si besoin des supports complémentaires.</p> <p>Etape 3 Vérification et validation des supports réalisés.</p> <p>Etape 4 Impression et diffusion des supports auprès des membres partenaires et sur le site internet du réseau.</p>
PUBLICS VISÉS	- Les randonneurs itinérants étrangers (parlant anglais, allemand ou néerlandais).
MOYENS	<p>Humains - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires (dont ceux pouvant procéder aux traductions des documents).</p> <p>Techniques et matériels - Supports papiers traduits en langues étrangères.</p>
BUDGET PRÉVISIONNEL	- Impression divers supports de communication traduits (en 2021 et 2022) : 1221,78 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De novembre à décembre 2020 Etape 2 : De janvier à juin 2021 Etape 3 : De mai à juin 2021 Etape 4 : De juillet à août 2021</p>
PARTENAIRES	Association spécialisées dans les langues étrangères.
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°2 et 5 Fiches actions : n°10 et 17</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation - Nombre de documentations écoulées (chaque année), - Questionnaire de satisfaction auprès des clientèles étrangères itinérantes.</p> <p>Résultats attendus - Rendre plus accessible les informations pour les clientèles étrangères afin de leur faciliter l'organisation et le déroulement de leur séjour itinérant.</p>

AXE 3 : Elargir et renforcer la notoriété de la destination à travers une diversification de la clientèle itinérante et un étalement de la saisonnalité touristique	
FICHE ACTION N°10 : CONSTRUIRE ET DÉCLINER L'OFFRE ITINÉRANTE	
OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Construire une offre itinérante déclinée en fonction des clientèles et des saisons, - Proposer une offre touristique itinérante clé en main aux randonneurs itinérants, - Relayer l'offre auprès de partenaires pour accroître la visibilité des sentiers, - Valoriser à travers l'offre touristique proposée les patrimoines et acteurs du territoire.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les membres et partenaires pour travailler sur la construction et la déclinaison de l'offre itinérante.</p> <p>Etape 2 Réunion de travail pour la construction de séjours clés en main en partenariat avec les acteurs concernés.</p> <p>Etape 3 Diffusion des séjours clés en mains.</p> <p>Etape 4 Ateliers de réflexion sur l'amélioration de l'offre itinérante initiale.</p> <p>Premières idées de construction de l'offre</p> <ul style="list-style-type: none"> - Semaines thématiques avec des animations sur les itinéraires tout au long de l'année, - Circuits personnalisés avec différentes formules adaptées à différents niveaux de pratiques, pour différentes durées et avec différents types d'hébergements. - Circuits thématiques : utilisation de personnalités mythiques, patrimoines et curiosités, itinéraires gourmands en lien avec les produits locaux et du terroir, en fonction des saisons (brames, fleurs, champignons, etc) - Séjours clés en mains (vente en ligne ou relayés par des partenaires (Agence de voyages ou OT)) - Compléter l'offre en itinéraire de découverte : <p>Exemples : Avec une signalétique sur les lieux où il pourrait y avoir des manquements alors qu'une valorisation pourrait se révéler intéressante, "fenêtres" sur des paysages remarquables (pour inciter à l'observation), etc.</p>
PUBLICS VISÉS	- Les randonneurs itinérants
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau et partenaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plateformes des partenaires pour relayer et vendre l'offre itinérante clé en main.
BUDGET PRÉVISIONNEL	00,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De septembre à décembre 2020</p> <p>Etape 2 : De janvier à avril 2021</p> <p>Etape 3 : Mai 2021</p> <p>Etape 4 : De novembre 2021 à mars 2022</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Agences de voyages ou tour-opérateurs spécialisés dans l'itinérance, - Offices de tourisme du territoire, - Fédérations de randonnée.
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 2 et 5</p> <p>Fiches actions : n°1, 3, 6, 13, 17, 19 et 21</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de séjours vendus par les partenaires, - Nombre de clics sur le site internet (par rapport aux rubriques en lien avec les séjours proposés) - Questionnaire de satisfaction auprès des randonneurs itinérants, - Avis sur le site internet, - Nombre de randonneurs itinérants sur les GR® de Pays. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une offre itinérante diversifiée et déclinée qui réponds aux attentes des randonneurs itinérants.

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant

FICHE ACTION N°11 : FORMATION DES MEMBRES DU RÉSEAU

<p>OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Améliorer la qualité de l'accueil et d'informations dans les établissements pour les clientèles, - Renforcer les compétences professionnelles des acteurs touristiques et économiques le long des itinéraires, - Sensibiliser les professionnels à l'écologie et aux pratiques responsables, - Rendre accessibles des formations pour les professionnels, notamment par le biais de partenariat avec des organismes experts dans la thématique ou proposant des formations courtes et gratuites.
<p>DESCRIPTION DE L'ACTION</p>	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les membres (sur les formations à programmer et les journées de découvertes "éductours" à organiser).</p> <p>Etape 2 Déclinaison d'un programme de formations avec les partenaires.</p> <p>Etape 3 Création d'un lexique du vocabulaire hôtelier, en co-construction avec tous les membres.</p> <p>Etape 4 Organisation et mise en place des journées découvertes avec les membres sur des tronçons de GRP.</p> <p>Thématiques pertinentes pour les formations</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sur la pratique de la randonnée pédestre, - Sur les outils de travail collaboratif, - Sur le tri sélectif et sur les économies d'énergie / réductions des consommations, - Sur la sensibilisation à l'environnement, - Sur les outils numériques de la communication et réseaux sociaux, - Sur les langues étrangères, vocabulaire hôtelier et touristique (anglais principalement). <p>Journées découvertes (éductours)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Découverte des patrimoines le long des itinéraires, - Découverte de tronçons des GR® de Pays.
<p>PUBLICS VISÉS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du réseau intéressés, - Les clientèles touristiques.
<p>MOYENS</p>	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Minibus pour transport lors des éductours (prêt par le CCAS).
<p>BUDGET PRÉVISIONNEL</p>	<p>1000,00 € TTC (budget alloué pour organiser deux éductours en 2021 et 2022)</p>
<p>CALENDRIER</p>	<p>Etape 1 : D'avril à mai 2021 Etape 2 : De juin à septembre 2021 Etape 3 : De septembre à novembre 2022 Etape 4 : De mars à mai 2022</p>
<p>PARTENAIRES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Conseil départemental des Vosges, - Bureaux des guides et fédérations de randonnée Bureau Montagne des Hautes Vosges, Club Vosgien, Fédération Française de randonnée pédestre, etc. - Chambre des Commerces et d'Industries des Vosges.
<p>AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES</p>	<p>Axes : n°1, 3 et 5 Fiches actions : n°4, 8, 9, 10, 15, 17 et 19</p>
<p>RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION</p>	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Questionnaires de satisfaction après les formations auprès des participants, - Questionnaires de satisfaction après les journées découvertes auprès des membres. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des professionnels plus à même de renseigner la clientèle itinérante, - Une sensibilisation et "éducation" des professionnels.

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant

FICHE ACTION N°12 : MISE EN OEUVRE D'UN SYSTÈME DE SUIVI ET D'ÉVALUATION DU RÉSEAU

<p>OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION</p>	<p>Interne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluer la satisfaction des membres vis à vis du réseau, des actions et projets menés dans une optique d'amélioration continue des relations internes, de l'animation et du fonctionnement du réseau, - Démontrer les résultats engendrés par le réseau, pour les membres mais aussi les partenaires. <p>Externe</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluer la fréquentation sur les itinéraires GR® de Pays, - Evaluer les retombées (positives et négatives) des différentes actions menées autour des GR® de Pays.
<p>DESCRIPTION DE L'ACTION</p>	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion sur les systèmes et outils pouvant être mis en place pour le suivi et l'évaluation du réseau (interne et externe) avec l'élaboration d'un rétroplanning de mise en oeuvre.</p> <p>Etape 2 Diffusion des questionnaires de satisfaction et d'évaluation en interne du réseau.</p> <p>Etape 3 Mise en oeuvre des outils pour le suivi et l'évaluation.</p> <p>Types de systèmes de suivi employés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grille d'évaluation et fiche de suivi à diffuser de façon régulière en interne du réseau, - Rapport de fréquentation des hébergeurs vis à vis de la clientèle itinérante, - Nombre de visites sur le site internet, - Nombre de séjours vendus, - Eco-compteurs, - Analyse des systèmes de suivi et évaluation mis en place pour les autres actions, - Etc.
<p>PUBLICS VISÉS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du réseau, - Les partenaires.
<p>MOYENS</p>	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eco-compteurs (après 2022), financés indépendamment.
<p>BUDGET PRÉVISIONNEL</p>	<p>00,00 € TTC</p>
<p>CALENDRIER</p>	<p>Etape 1: De avril à juin 2022 Etape 2 : En décembre de chaque année (2020, 2021 et 2022) Etape 3 : De septembre à novembre 2022</p>
<p>PARTENAIRES</p>	
<p>AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES</p>	<p>Axes : n°2 et 5 Fiches actions : n°13, 15 et 17</p>
<p>RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION</p>	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de retours des questionnaires (auprès des membres et auprès des randonneurs itinérants), <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des résultats de fréquentation en hausse, prouvant ainsi l'utilité et l'efficacité du réseau, - Des membres satisfaits du réseau.

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant

FICHE ACTION N°13 : CRÉATION D'UNE CHARTE QUALITÉ COMMUNE AUX MEMBRES DU RÉSEAU

<p>OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer une offre itinérante de qualité aux clientèles touristiques, avec différents niveaux de garantie quant aux services et prestations fournies. - Engager les membres du réseau à respecter certaines règles afin de garantir une entente et un respect mutuel entre les membres assurant ainsi le bon fonctionnement et les relations en interne de l'association, - Intégrer la notion d'écologie dans la charte afin de s'assurer que les membres adoptent tous un comportement relativement responsable vis à vis de l'environnement.
<p>DESCRIPTION DE L'ACTION</p>	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion et de concertation avec l'ensemble des membres et partenaires sur les composantes de la charte. Réflexion sur les différents "niveaux" de classification ou distinction à mettre en place pour indiquer le niveau de prestation fourni (sur le même principe que les étoiles par exemple).</p> <p>Etape 2 Proposition et validation collective de la charte, avec modifications à apporter si nécessaire.</p> <p>Etape 3 Mise en place de la charte et "classement" des établissements membres.</p>
<p>PUBLICS VISÉS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du réseau, - Les partenaires, - Les randonneurs itinérants.
<p>MOYENS</p>	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Tous les membres du réseau. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impression de la charte pour affichage dans les établissements.
<p>BUDGET PRÉVISIONNEL</p>	<p>Affiches format A1 (200 exemplaires) : 238,37 € TTC</p>
<p>CALENDRIER</p>	<p>Etape 1 : D'octobre à décembre 2021 Etape 2 : De janvier à février 2022 Etape 3 : De mars à juin 2022</p>
<p>PARTENAIRES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acteurs institutionnels partenaires Département des Vosges, Région Grand Est, CCI des Vosges, Commissariat à l'aménagement du Massif des Vosges
<p>AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES</p>	<p>Axes : n°1, 2 et 5 Fiches actions : n°3, 10 et 17</p>
<p>RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION</p>	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Questionnaires de satisfaction auprès de la clientèle itinérante, - Questionnaires de satisfaction et d'évaluation auprès des membres du réseau. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une qualification des professionnels, - Une amélioration des prestations et services fournis dans les établissements touristiques (hébergements principalement), - Une volonté des professionnels d'améliorer leur offre.

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant

FICHE ACTION N°14 : CRÉATION D'UN POSTE D'ANIMATEUR RÉSEAU DÉDIÉ

<p>OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Consacrer une personne exclusivement à la mise en place du projet de mise en réseau, - Animer le réseau de façon à mobiliser les acteurs et à les encourager à s'investir dans les projets à mettre en oeuvre au sein du réseau, - Accompagner les acteurs dans la création de l'association et dans les réflexions au vu de son autonomie future, - Avoir un référent dédié au projet, qui pourra servir d'intermédiaire auprès des randonneurs intéressés, - Prise en charge des missions liées à la communication et à la promotion, à l'évaluation et au suivi, aux relations humaines, à la mise à jour des données et à tout autre mission relative au bon fonctionnement du réseau et à son développement.
<p>DESCRIPTION DE L'ACTION</p>	<p>Etape 1 Embauche d'un chargé de mission animation par le Pays de la Déodatie pour trois ans.</p> <p>Etape 2 Phase opérationnelle pour le chargé de mission qui va accompagner la création du réseau et la mise en place des premières actions structurantes et opérationnelles avec les membres du réseau.</p>
<p>PUBLICS VISÉS</p>	<p>- Les acteurs souhaitant devenir membres ou partenaires du réseau.</p>
<p>MOYENS</p>	<p>Humains - L'animateur référent.</p> <p>Techniques et matériels - Frais de structure, déplacement et équipements (dépenses à la charge du Pays de la Déodatie), - Coordination du poste par un responsable au sein du Pays de la Déodatie.</p>
<p>BUDGET PRÉVISIONNEL</p>	<p>Charges salariales (par an) : 36 286,93 € Frais de structure, déplacement et équipements : 18 300,00 € TTC</p>
<p>CALENDRIER</p>	<p>Etape 1 : Janvier 2020 Etape 2 : De janvier 2020 à décembre 2022</p>
<p>PARTENAIRES</p>	<p>Pays de la Déodatie</p>
<p>AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES</p>	<p>Axes : n°5 Fiches actions : Toutes les actions seront menées avec l'appui de l'animateur du réseau.</p>
<p>RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION</p>	<p>Suivi / évaluation - Questionnaires de satisfaction réguliers auprès des membres afin de connaître leur avis concernant l'animation du réseau, - Réalisation du plan d'action (nombre d'actions réalisées).</p> <p>Résultats attendus - Un poste porté par le Pays de la Déodatie qui permettra de lancer le projet, dans une optique de laisser au bout des trois ans le réseau autonome.</p>

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant

FICHE ACTION N°15 : MISE EN PLACE D'OUTILS AU SERVICE DU TRAVAIL COLLABORATIF

<p>OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION</p>	<p>Déployer des outils permettant à tous les membres du réseau :</p> <ul style="list-style-type: none"> - D'être tenus informés des démarches, actions et projets de l'association, - De communiquer facilement entre eux, - D'avoir accès à toutes les informations et documentations disponibles et réalisées au sein du réseau, - D'avoir connaissance de l'actualité concernant l'itinérance pédestre, - De faciliter leur travail par groupe sur les différents projets.
<p>DESCRIPTION DE L'ACTION</p>	<p>Etape 1 Réunions de travail pour cerner les attentes des membres du réseau vis à vis de ce travail collaboratif et des moyens qui seront utilisés pour le mener à bien.</p> <p>Etape 2 Mise en place d'une plateforme de communication (drive notamment) pour partager les ressources auprès de tous les membres du réseau et faciliter les communications entre membres et groupes de travail.</p> <p>Etape 3 Co-crédation (via des ateliers de travail en se reposant sur les bases de données acquises) d'un annuaire des membres du réseau (détails et informations pratiques : lieu, horaires, capacité, congés, services, etc).</p> <p>Etape 4 Mise en place d'une newsletter en interne (pour informer sur les avancées et réalisations du réseau, les nouveaux membres ou partenaires, démarches engagées, etc), co-construite avec les membres.</p>
<p>PUBLICS VISÉS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du réseau, - Les partenaires du réseau.
<p>MOYENS</p>	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Outils de travail collaboratif et plateforme de stockage partagée, - Newsletter.
<p>BUDGET PRÉVISIONNEL</p>	<p>Impression d'une newsletter (2 fois par an, en 2021 et 2022) : 685,42 € TTC</p>
<p>CALENDRIER</p>	<p>Etape 1 : De mai à juin 2020 Etape 2 : De juillet à août 2020 Etape 3 : De septembre à octobre 2020 Etape 4 : De septembre à novembre 2021</p>
<p>PARTENAIRES</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Acteurs institutionnels partenaires Département des Vosges, Région Grand Est, CCI des Vosges, Commissariat à l'aménagement du Massif des Vosges
<p>AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES</p>	<p>Axes : n°5 Fiches actions : Toutes les actions qui seront menées se réaliseront avec l'appui de l'outil qui sera mis en place, permettant de coordonner le travail collectif des acteurs.</p>
<p>RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION</p>	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Questionnaires de satisfaction auprès des membres du réseau vis à vis des outils mis en place, - Grille d'évaluation auprès des membres pour procéder à d'éventuelles modifications ou améliorations, <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un travail en réseau et une co-construction facilitées par des outils adaptés et accessibles pour tous les membres du réseau.

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant

FICHE ACTION N°16 : CRÉATION D'UNE STRUCTURE ASSOCIATIVE, SUIVI ET PÉRENNISATION

<p>OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Permettre au réseau une véritable structuration afin de renforcer l'identité collective entre les membres du réseau, - Affirmer le poids et l'importance du réseau via une structure de référence, - Offrir plus de visibilité au réseau auprès des partenaires potentiels mais aussi vis à vis de la clientèle des randonneurs itinérants, - Faciliter le développement du réseau à travers une structure portant les actions et projets mis en oeuvre, - Choisir une structure associative adaptée aux perspectives de développement du réseau et n'empêchant pas celui-ci d'évoluer.
<p>DESCRIPTION DE L'ACTION</p>	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion et de travail avec les membres et partenaires du réseau sur le choix le plus judicieux à adopter pour l'association à créer.</p> <p>Etape 2 Validation auprès de tous les membres et partenaires du statut associatif finalement choisis.</p> <p>Etape 3 Procédures de création de l'association.</p> <p>Etape 4 Une fois l'association créée, il sera nécessaire de maintenir une dynamique et d'entretenir des relations entre les membres afin de mener à bien des actions (assemblée générale, bilan, etc). Il s'agira dans ce cadre de rapidement engager des réunions de réflexion pour pérenniser et rendre autonome l'association et ses actions sur le long terme.</p>
<p>PUBLICS VISÉS</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs itinérants, - Les membres du réseau, - Les partenaires du projet.
<p>MOYENS</p>	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Tous les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Compétence juridique en matière de statut et droit associatif, - Publication obligatoire au JOAFE.
<p>BUDGET PRÉVISIONNEL</p>	<p>Publication au JOAFE : 150,00 € TTC</p>
<p>CALENDRIER</p>	<p>Etape 1 : De septembre à octobre 2020 Etape 2 : Novembre 2020 Etape 3 : De décembre 2020 à janvier 2021</p>
<p>PARTENAIRES</p>	<p>- Les acteurs publics partenaires du réseau (collectivités locales, territoriales et institutionnels).</p>
<p>AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES</p>	<p>Axes : n°1, 2, 3 et 5</p>
<p>RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION</p>	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Indicateurs de processus (réactivité du réseau, des actions, etc), - Questionnaires et grilles d'évaluation auprès des membres du réseau. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une structure associative efficace et adaptée pour réaliser les objectifs fixés par les membres.

AXE 4 : Organiser une véritable dynamique d'acteurs sur le territoire à travers la construction d'un réseau fort et mobilisant

FICHE ACTION N°17 : MOBILISATION DES ACTEURS ÉCONOMIQUES ET TOURISTIQUES EN LIEN AVEC LES GR® DE PAYS

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Impliquer, motiver et mobiliser une diversité d'acteurs concernés, directement ou indirectement, par les itinéraires GR® de Pays, - Créer un réseau qui soit composé d'un ensemble de professionnels aux compétences et aux avis différents, afin de travailler intelligemment et collectivement sur des actions et solutions pouvant répondre aux attentes et besoins de chacun, - Construire à travers la mobilisation de ces acteurs une offre touristique itinérante complète et diversifiée, en réponse aux besoins et attentes des randonneurs itinérants.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Recensement et prise de contact par l'animateur référent auprès des acteurs pas encore mobilisés dans le projet, en leur expliquant rapidement le projet et en leur demandant un RDV pour aller directement à leur rencontre dans leur établissement.</p> <p>Etape 2 Phase de terrain pour aller à la rencontre des acteurs : présentation du projet, remise des guides pour les informer, discussion et questionnaire (sur le même modèle que la mobilisation réalisée avec les hébergeurs).</p> <p>Etape 3 Réunions de travail avec les acteurs rencontrés afin de valider, modifier et/ou compléter les axes et actions co-construits par les hébergements dans le plan de développement.</p>
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs itinérants, - Les membres du réseau, - Les partenaires du projet.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Tous les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Voiture de service pour les déplacements terrain, - Guides réalisés pour les professionnels.
BUDGET PRÉVISIONNEL	00,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De janvier à février 2020 Etape 2 : De mars à avril 2020 Etape 3 : Mai 2020 Poursuite de la mobilisation sur toute l'année 2020</p>
PARTENAIRES	
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 2 et 5 Fiches actions : n°1, 3, 4, 10, 11, 13, 15 et 21</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Statistique et synthèse des résultats ressortis des questionnaires lors des rencontres, - Retours lors des premières réunions de travail (bilan réunion). <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une diversité d'acteurs prêt à s'investir et se mobiliser suffisamment pour faire vivre le réseau et développer les itinéraires GR® de Pays.

AXE 5 : Qualifier l'offre d'itinérance pédestre et développer des services adaptés à cette filière touristique

Sous Axe 1 : Proposer une offre touristique d'itinérance de qualité et adaptée aux différents types de clientèle

FICHE ACTION N°18 : INSTAURATION D'UN SYSTÈME DE FIDÉLITÉ

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer à la clientèle de randonneurs itinérants un système de fidélité le long de son séjour itinérant afin de bénéficier d'avantage en fonction des lieux visités et dépenses réalisées dans les établissements partenaires, - Fidéliser la clientèle, - Faire connaître l'ensemble des acteurs membres du réseau et développer du lien entre les différentes parties prenantes.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les membres volontaires afin de construire le projet de ce système de fidélité et ses modalités de mise en oeuvre (pass, système de réduction entre les membres (restaurants, lieux de visites ou d'activités, hébergements), système de points, etc).</p> <p>Etape 2 Proposition et validation du système auprès de tous les acteurs membres souhaitant s'inscrire dans le système mis en place.</p> <p>Etape 3 Phase de test pour évaluer la pertinence du système et cerner les éventuelles insuffisances ou défauts au vu de procéder à des rectifications et améliorations.</p> <p>Etape 4 Mise en place effective du système auprès de tous les membres concernés et action de communication sur l'action.</p>
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les randonneurs itinérants.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impression des pass ou supports servant ce système de fidélité (carte de fidélité par exemple)
BUDGET PRÉVISIONNEL	Impression cartes de fidélité (5000 exemplaires) : 139,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : D'avril à juin 2022 Etape 2 : De septembre à novembre 2022 Etape 3 et 4 : à mettre en oeuvre à compter de la saison 2023</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Collectivités locales Offices de tourisme, Communautés de Communes et Communauté d'Agglomération. - Acteurs institutionnels partenaires Département des Vosges, Région Grand Est, CCI des Vosges, Commissariat à l'aménagement du Massif des Vosges
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 2 et 4 Fiches actions : n°3, 6, 8, 9, 10 et 17</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Questionnaire de satisfaction auprès des touristes ayant bénéficiés du système, - Chiffres relatifs aux nombres de personnes ayant bénéficiés de cet avantage, - Fréquentation des établissements partenaires (avec précision sur le nombre de personnes ayant bénéficiés du système de fidélité) <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Une augmentation de la fréquentation chez les membres partenaires du système.

AXE 5 : Qualifier l'offre d'itinérance pédestre et développer des services adaptés à cette filière touristique

Sous Axe 1 : Proposer une offre touristique d'itinérance de qualité et adaptée aux différents types de clientèle

FICHE ACTION N°19 : DÉPLOIEMENT DE SUPPORTS D'INFORMATION

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer à la clientèle de randonneurs itinérant une déclinaison de supports d'information, papiers et numériques, permettant de proposer une offre complète et renseignée (sur les patrimoines le long des itinéraires et sur le territoire, les acteurs présents, les services, les événements et manifestation, etc.). - Valoriser les patrimoines et acteurs du territoire à travers ces supports d'information, - Donner aux professionnels membres du réseau les informations nécessaires par rapport à l'offre itinérante proposée et plus généralement sur la randonnée pédestre afin qu'ils puissent être à même de renseigner leur clientèle sur diverses thématiques.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les membres volontaires sur les différents supports d'information à réaliser, tant à destination de la clientèle touristique que pour les professionnels du réseau.</p> <p>Etape 2 Création des différents supports souhaités en partenariat avec les personnes compétentes en la matière et ayant des connaissances sur le sujet.</p> <p>Etape 3 Impression et diffusion des supports réalisés.</p> <p>Types de supports potentiels à réaliser</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fiche d'information et d'explication sur la randonnée pédestre, - Fiche d'information sur les GR® de Pays, - Fiches pratiques pour les sentiers et randonnées à proximité, - Fiches plastifiées avec carte et explications pour relier le GR® de Pays aux hébergements le long des différentes étapes, - Documents d'informations sur la culture, l'histoire et les patrimoines du territoire se trouvant le long des itinéraires, - Agenda des évènements/manifestations (culturelles, sportives, fêtes locales, marchés producteurs, etc), - Fiches sur l'histoire et la culture typique, spécifiques aux différentes parties du territoire.
PUBLICS VISÉS	<ul style="list-style-type: none"> - Les membres du réseau, - Les randonneurs itinérants, - Les autres clientèles touristiques des acteurs membres.
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires. <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impression des supports sous différents formats.
BUDGET PRÉVISIONNEL	<ul style="list-style-type: none"> - Impression affiches, dépliants, brochures, flyers et étiquettes divers : 4000,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De janvier à mars 2021 Etape 2 : D'avril à mai 2021 Etape 3 : De juin à juillet 2021</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Experts sur différentes thématiques <p>Historiens, spécialistes de l'environnement, architectes, fédérations de randonnées pédestre, accompagnateurs de montagne, Conservatoire des Espaces naturels de Lorraine, associations sur l'environnement ou la culture ...</p>
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°1, 2 et 3 Fiches actions : n°1, 3, 8 et 10</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nombre de supports d'informations distribués et téléchargés, - Questionnaire auprès des membres afin d'évaluer les informations qui pourraient leur manquer. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des acteurs membres du réseau informés et à même de renseigner leur clientèle, - Des randonneurs itinérants satisfaits des informations mis à leur disposition.

AXE 5 : Qualifier l'offre d'itinérance pédestre et développer des services adaptés à cette filière touristique

Sous Axe 1 : Proposer une offre touristique d'itinérance de qualité et adaptée aux différents types de clientèle

FICHE ACTION N°20 : CRÉATION DE PARTENARIATS DE SPONSORING

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Créer des partenariats (de types mécénats ou sponsoring notamment) avec des entreprises privées pouvant soutenir le projet financièrement ou techniquement, - Faire connaître les GR® de Pays à travers des partenariats avec des acteurs privés incontournables et réputés en ce qui concerne la randonnée pédestre et l'itinérance.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion avec les membres volontaires sur les différents partenaires potentiels pouvant être sollicités, montage de l'argumentaire et de la proposition de partenariat.</p> <p>Etape 2 Dépôts de demandes auprès des différents acteurs ciblés.</p> <p>Etape 3 Mise en oeuvre opérationnelle des partenariats.</p> <p>Exemples de partenariats pouvant être mis en place</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création d'un système de prêt de matériel auprès des randonneurs itinérants (à la journée), leur permettant de tester les produits et de faire un retour (feedback) sur le matériel testé, - Sponsoring via des encarts publicitaires proposés aux partenaires (sur les supports de communication, lors des événements organisés, etc), - Création de produits spécifiques.
PUBLICS VISÉS	- Les randonneurs itinérants .
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Les membres du réseau volontaires.
BUDGET PRÉVISIONNEL	00,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : Juin 2022</p> <p>Etape 2 : De juillet à septembre 2022</p> <p>Etape 3 : Octobre 2022</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Entreprises d'articles de sport et marques sportives spécialisées. Exemples : Decathlon, GO Sport, Intersport, Lafuma, Millet, etc - Agences de voyage spécialisées. Allibert Trekking, Chamina voyages, La Rébenne, La Balaguère, etc.
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°2 et 3</p> <p>Fiches actions : n°7, 8, 10 et 17</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Montants des financements apportés par ces partenariats, - Evaluation de la notoriété des sponsors et mécènes, - Nombre de partenariats engagés. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - La création d'un réseau de sponsoring et mécénat permettant de soutenir les actions, le développement du réseau et sa visibilité.

AXE 5 : Qualifier l'offre d'itinérance pédestre et développer des services adaptés à cette filière touristique

Sous Axe 2 : Développer un accueil de qualité et des services appropriés pour cette clientèle spécifique

FICHE ACTION N°21 : ORGANISATION AU NIVEAU DES SERVICES AUX RANDONNEURS

OBJECTIFS ET ENJEUX DE L'ACTION	<ul style="list-style-type: none"> - Proposer à la clientèle de randonneurs itinérants un service de transport et de transfert (des bagages et des personnes) adapté, efficace et sur demande, - Proposer à la clientèle de randonneurs itinérants une prestation de qualité et en continu le long des itinéraires au niveau de la restauration.
DESCRIPTION DE L'ACTION	<p>Etape 1 Ateliers de réflexion et de travail avec les membres sur l'organisation de la logistique au niveau du transport des bagages et transferts de personne (service de rapatriement, d'assistance) mais aussi concernant la restauration.</p> <p>Etape 2 Création de la plateforme ou de l'outil logistique, à voir pour mettre en place un partenariat avec l'organisme de la Malle Postale notamment. Création d'une base de données répertoriant toutes les informations nécessaires et acteurs concernés.</p> <p>Idées pour faciliter l'organisation et la logistique de ces services</p> <ul style="list-style-type: none"> - Création d'une plateforme logistique interne pour les transports et la restauration, - Organisation au niveau des menus proposés tout au long des itinéraires (pour éviter les doublons et répétitions dans les plats proposés aux randonneurs itinérants).
PUBLICS VISÉS	- Les randonneurs itinérants .
MOYENS	<p>Humains</p> <ul style="list-style-type: none"> - L'animateur référent, - Tous les membres du réseau volontaires (principalement les hébergeurs, restaurateurs, traiteurs et transporteurs). <p>Techniques et matériels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plateforme ou outil logistique.
BUDGET PRÉVISIONNEL	00,00 € TTC
CALENDRIER	<p>Etape 1 : De septembre à décembre 2020</p> <p>Etape 2 : De janvier à mai 2021</p>
PARTENAIRES	<ul style="list-style-type: none"> - Traiteurs du territoire, - Restaurateurs le long des itinéraires, - Structure spécialisée dans le transport des bagages (La Malle Postale)
AXES ET ACTIONS ASSOCIÉES	<p>Axes : n°2 et 4</p> <p>Fiches actions : n°10 et 17</p>
RÉSULTATS ATTENDUS & MODE D'ÉVALUATION	<p>Suivi / évaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Chiffres concernant le nombre de services réservés (transports et restauration) - Questionnaire de satisfaction auprès des membres et partenaires relativement à l'efficacité de la logistique mise en place, au vu d'améliorations futures. <p>Résultats attendus</p> <ul style="list-style-type: none"> - Des services adaptés aux attentes des randonneurs itinérants et une efficacité dans l'organisation de ces derniers.