

MASSIF DES VOSGES



Une destination aux mille envies

Une nouvelle stratégie partagée
pour développer le tourisme
dans le Massif des Vosges.



www.massif-des-vosges.com



« Destination Massif des Vosges » Une nouvelle stratégie partagée pour développer le tourisme dans le Massif des Vosges

Le tourisme est une carte maîtresse pour le développement économique du Massif des Vosges. Ce dernier est riche de la diversité de ses nombreuses ressources, naturelles, culturelles, architecturales, historiques ou encore gastronomiques. Ces ressources sont à leur tour source de richesse pour les territoires et leurs acteurs, si elles sont promues à leur juste valeur et selon – osons le mot – un marketing dédié.

Le secteur du tourisme rassemble en effet de nombreux acteurs publics et privés qui s'investissent depuis longtemps dans le développement de cette activité économique, au premier rang desquels figure le comité de promotion du Massif des Vosges, rassemblant les comités régionaux et départementaux du tourisme. Ils ont souhaité aller collectivement plus loin en donnant une nouvelle ambition au Massif des Vosges : faire connaître cette destination et la marque « *Massif des Vosges* » sur le marché national et européen.

Souhaitée par le Comité de Massif des Vosges en novembre 2007, et élaborée avec l'appui d'Atout France, cette stratégie touristique pour le Massif des Vosges s'inscrit en référence au Schéma Interrégional du Massif des Vosges 2007-2020 et s'est appuyée notamment sur des études clientèles.

Validée le 5 juillet 2010 par ce même Comité de Massif, puis par les partenaires financiers de la convention interrégionale du Massif des Vosges le 7 juillet 2011, la stratégie touristique est maintenant entrée dans sa phase active de mise en œuvre.

Avec la signature de la convention-cadre en faveur de la destination « *Massif des Vosges* », les acteurs institutionnels du Massif (l'Etat à travers le commissariat de Massif, les régions Alsace, Lorraine, Franche-Comté, les départements du Bas-Rhin, du Haut-Rhin, du Territoire de Belfort, de la Haute-Saône, des Vosges, de la Meurthe-et-Moselle et de la Moselle, le Parc naturel régional des Vosges du Nord, le Parc naturel régional des Ballons des Vosges) et de nombreux socio-professionnels ont entrepris de structurer une démarche stratégique visant à organiser et à promouvoir de manière plus ambitieuse cette destination.

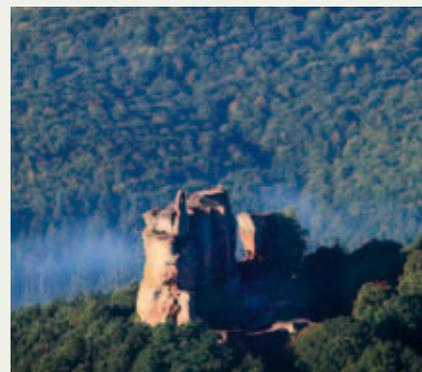
Nous comptons vivement sur votre implication et sur votre dynamisme afin de travailler en étroite collaboration et mettre en œuvre ensemble, notre stratégie touristique pour les années à venir.

Ensemble, osons le « *Massif des Vosges* » !

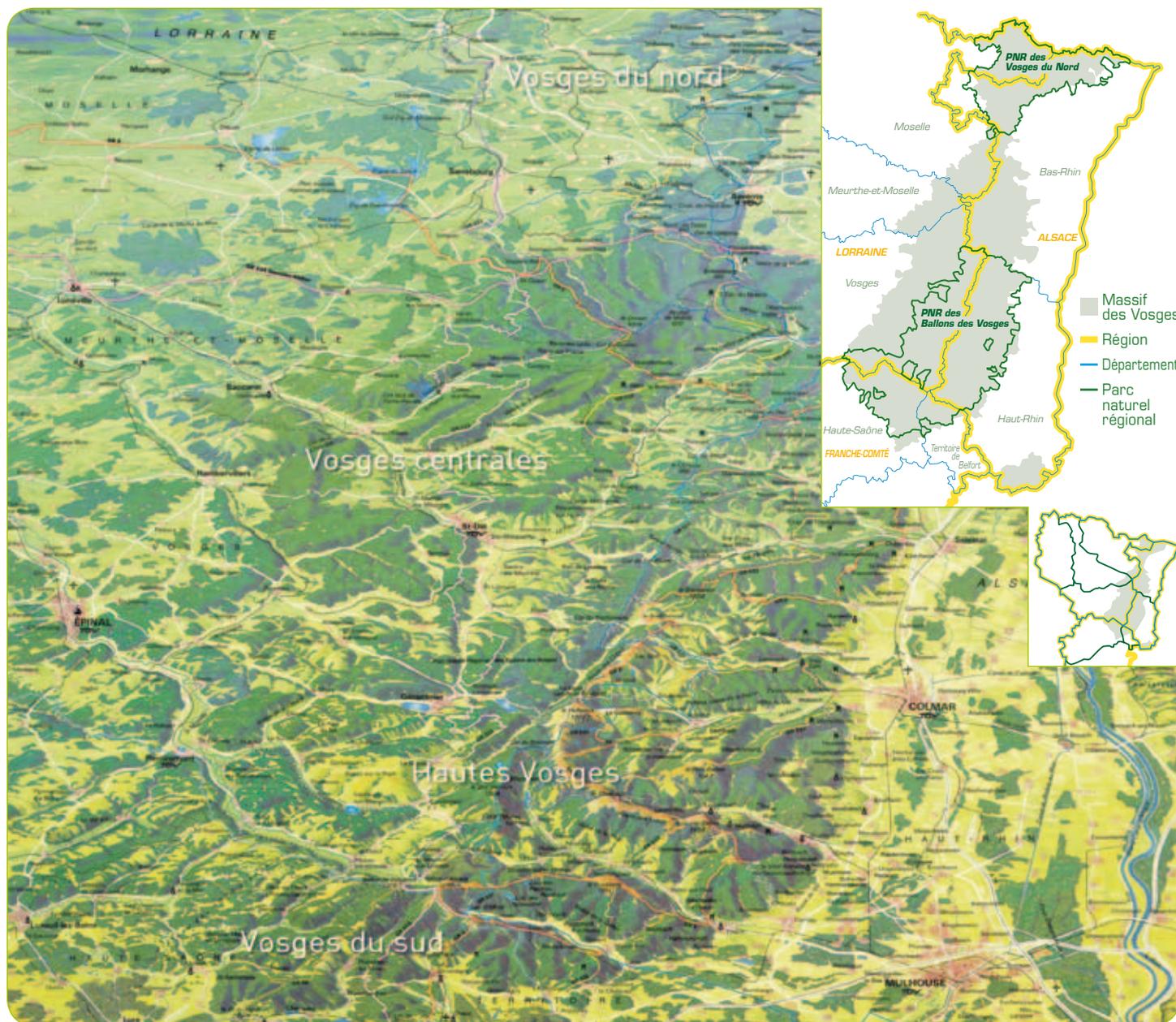
Anne LAYBOURNE
Commissaire à l'Aménagement du Massif des Vosges

SOMMAIRE

Le Massif des Vosges	4
État des lieux du tourisme dans le Massif	5
« LA » montagne du Grand Est	6
La stratégie touristique	7, 8 et 9
Filière « Sites emblématiques »	10
Filière « Stations Vallées »	11
Filière « Itinérance »	12
Filière « Bien-être en montagne »	13
Filière « Écotourisme »	14
Une marque pour le territoire	15



LE MASSIF DES VOSGES



Le Massif en chiffres

- 3 régions
- 7 départements
- 590 communes
- 2 Parc naturels régionaux:
 - Parc naturel régional des Vosges du Nord
 - Parc naturel régional des Ballons des Vosges
- 607 340 habitants dont + de 230 000 actifs
- 82 habitants/km² (le plus peuplé des massifs montagneux de France)
- 7 357 km²:
 - Longueur : 180 km,
 - Largeurs : 20 km au nord, 4 km à la hauteur de Saverne et 60 km au sud.
- 1424 m, point culminant au Grand Ballon
- 14 sommets de plus de 1000 m
- plus de 800 km de pistes damées
- + de 20 000 km de chemins balisés

ÉTAT DES LIEUX DU TOURISME DANS LE MASSIF

Source ODIT France :

Synthèse des enquêtes clientèles et acteurs du tourisme - 2007
Les chiffres clés du tourisme de montagne en France - 7^e édition



Le tourisme une carte maîtresse pour le développement économique du massif

Le tourisme sur le massif des Vosges est à considérer comme un vecteur d'emplois et de retombées économiques importantes.

Le Massif des Vosges a un taux d'actifs parmi les plus importants des massifs français, avec cependant une nette baisse des emplois industriels (110 000 emplois touristiques / RGP- 1999).

Des ressources pour s'affirmer comme une destination

Force est de constater que le Massif des Vosges est riches de très nombreuses ressources, naturelles, culturelles, architecturales, historiques ou encore gastronomique. Celles-ci sont sources de richesses, d'emplois et d'activités si elles sont promues à leur juste valeur.

Miser sur un tourisme de séjour

Le tourisme de séjour est un moteur pour le développement endogène de l'emploi.

Or, le Massif des Vosges draine majoritairement une clientèle d'excursionnistes. Celle-ci valorise mal les services mis en œuvre sur le Massif (hébergements, restauration) : l'enjeu de la stratégie est donc de passer de l'excursionnisme au séjour, générateur de retombées économiques dans les territoires. Pour progresser dans cette voie, le Massif doit se présenter comme une destination de proximité, mais aussi de rupture : s'évader du quotidien, sans aller loin.

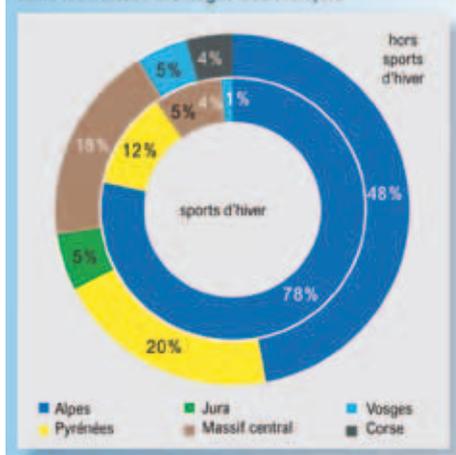
Quelques attentes...

- Permettre une mixité des pratiques organisées sur un même lieu été comme hiver.
- Une signalétique à améliorer (mieux signaler les grands sites touristiques).
- Valoriser davantage la forêt.
- Donner du contenu à l'idée de nature.
- Améliorer qualitativement les activités existantes.
- Améliorer la pratique des langues étrangères.



Les massifs fréquentés

Part des différents massifs dans les nuitées montagne des Français



« LA » MONTAGNE DU GRAND EST

Source : synthèse des enquêtes clientèles et acteurs du tourisme – ODIT France - 2007

Quelle place le Massif des Vosges occupe-t-il sur le marché des offres touristiques ? Quelle est sa position ? Qu'est-ce qui le différencie des autres massifs ?

Une identité à affirmer

- Massif des Vosges : « LA » montagne du Grand Est au cœur d'une Euro région de plusieurs millions d'habitants.
- Un cadre de séjours avant d'être un lieu d'activités.
- Un territoire d'escapades 4 saisons.
- La nature, l'authenticité, la pureté et la simplicité au service du bien-être.
- Rando, balades, promenades, un paradis pour la marche dans toutes ses formes, en été comme en hiver.
- Des rencontres privilégiées dans une montagne habitée.
- Des activités de pleine nature en toutes saisons.
- Une diversité historique et culturelle au cœur de l'Europe.
- Une montagne accessible, à 2h20 de Paris en TGV.
- Un massif préservé.

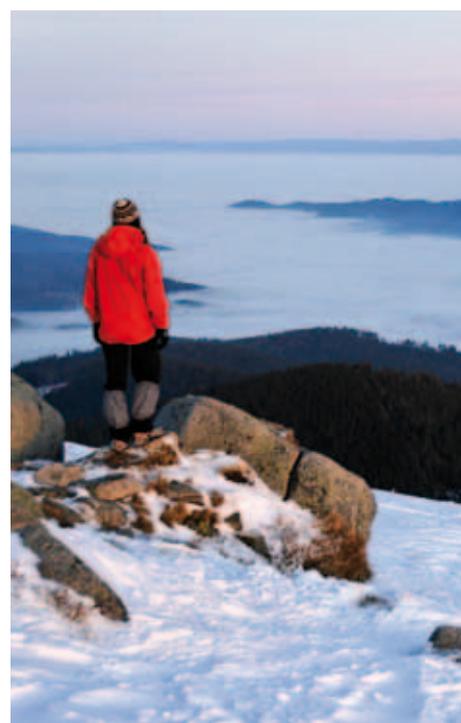
Des clientèles, existantes et à conquérir

Existantes :

- Des familles avec enfants en toutes saisons.
- Hiver : clientèle de proximité en grande majorité, jeune et féminine et des groupes d'amis.
- Été : clientèle de proximité majoritaire, avec peu de jeunes mais une surfréquentation de la tranche 35/55 ans, principalement des couples.
- Clientèle française : nord de la France, Île de France.
- Clientèle étrangère : Pays-Bas, Belgique (surtout l'hiver), Allemagne.

À conquérir :

- Les séniors et les plus jeunes, surtout en été.
- Les clientèles étrangères.
- Les professionnels en tourisme d'affaire.
- Les publics spécifiques (mobilité réduite, déficient visuel, ...).



LA STRATÉGIE

Une large concertation

Cette stratégie est le fruit d'une large concertation menée sur 2009 et 2010 avec l'ensemble des acteurs touristiques du Massif des Vosges : l'État à travers le commissariat de Massif, les régions Alsace, Lorraine, Franche-Comté, les départements du Bas-Rhin, du Haut-Rhin, du Territoire de Belfort, de la Haute-Saône, des Vosges, de la Meurthe et Moselle et de la Moselle, le Parc naturel régional des Vosges du Nord, le Parc naturel régional des Ballons des Vosges et de nombreux socio-professionnels se sont réunis à plusieurs reprises afin d'établir ensemble un diagnostic, des choix stratégiques et un programme d'actions.

Il s'agit aujourd'hui de les mettre en œuvre.

5 filières au service d'une stratégie touristique globale

Les objectifs

Accroître la fréquentation et le chiffre d'affaires avec un tourisme de séjour en développant une offre touristique globale, structurée dans les différents territoires du Massif, adaptée à la demande du client et s'appuyant sur une image Massif des Vosges fédératrice, emblématique et attractive.

Faire du Massif des Vosges, une destination touristique de séjour à part entière.

Les moyens

Développer la destination « *Massif des Vosges* » avec une stratégie marketing d'offre en lien avec la demande.

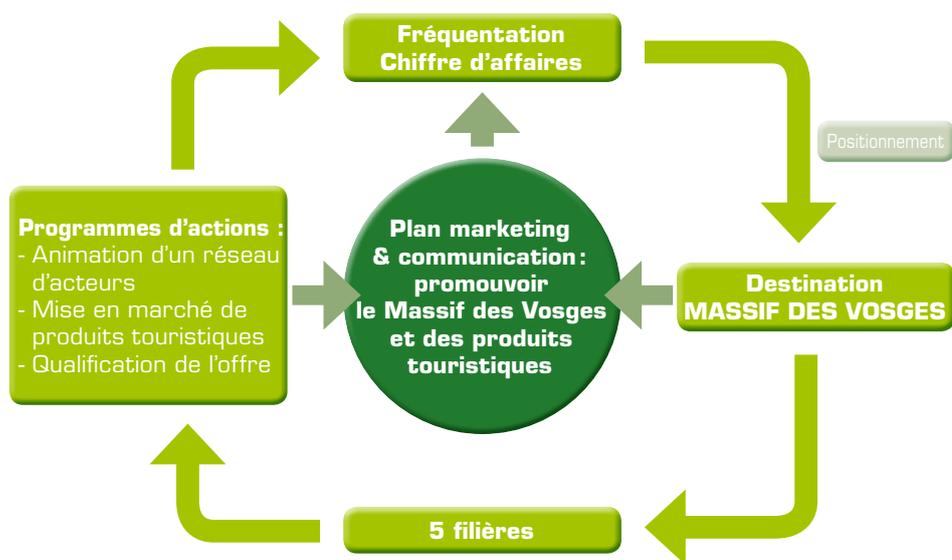
5 filières

Le choix délibéré a été d'asseoir cette stratégie sur 5 filières ciblées, non exhaustives, pour lesquelles la destination « *Massif des Vosges* » est légitime. Ces 5 filières sont :

- Stations Vallées - destination hivernale
- Les sites emblématiques
- L'itinérance - voyage à pied
- Le bien-être en montagne
- L'écotourisme

L'animation de chaque filière a été confiée à un acteur touristique institutionnel du Massif qui apporte des moyens humains et financiers.





Un programme d'actions par filière ambitieux

Pour chaque filière, il s'agit :

- De définir un concept.
- D'élaborer une charte.
- De concevoir et mettre en marché des produits touristiques porteurs d'image et de notoriété, déclinés par clientèle et concourant à différencier la destination « *Massif des Vosges* ».
- D'animer un réseau d'acteurs institutionnels et socio-professionnels
- De contribuer à une qualification (amélioration continue) de l'offre au travers d'un soutien aux entreprises touristiques et en lien avec le positionnement des filières.

Les objectifs sont ambitieux puisqu'il s'agit à la fois :

- D'agir sur la constitution d'une offre emblématique de produits.
- De promouvoir le Massif (mise en place d'une stratégie marketing et développement d'outils).
- De mettre en marché des produits (constitution d'une ligne de produits, mise en place de circuits de commercialisation).



Une démarche collaborative importante et ambitieuse

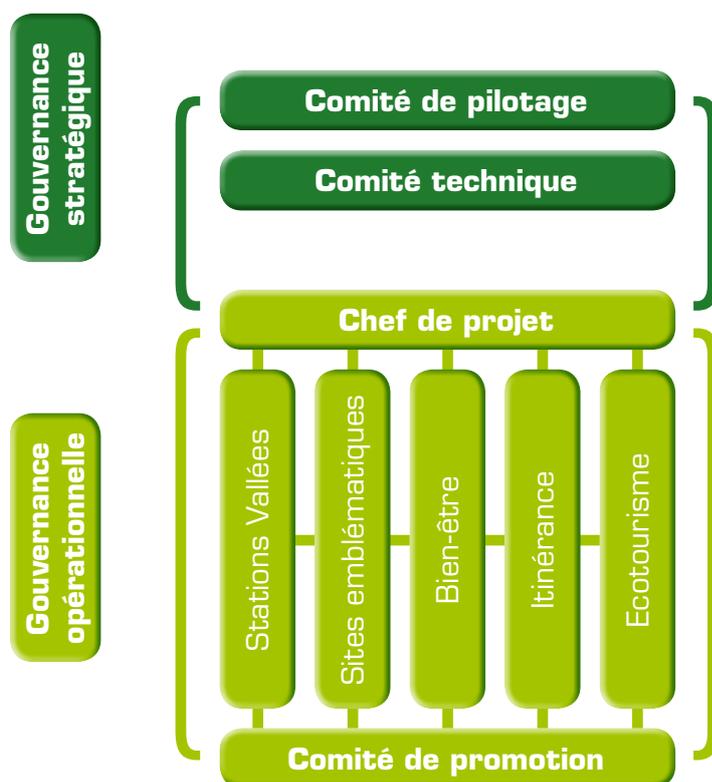
Le projet de la stratégie touristique de faire du Massif des Vosges une destination touristique en tant que telle est ambitieux parce qu'il vise à construire une destination touristique nouvelle (même si elle s'appuie sur un territoire reconnu) qui se superpose à des destinations déjà installées et parce qu'il ne vise pas simplement des actions de communication mais également l'émergence de produits touristiques structurés.

Ambitieux par le nombre d'acteurs qu'il mobilise, sur un vaste territoire, le nombre de filières et actions transversales qu'il doit engager.

La réussite de ce projet passera par un engagement de l'ensemble des acteurs, institutionnels et socio-professionnels sur plusieurs années, ainsi que par une complémentarité et une articulation avec les stratégies touristiques des régions et départements concernés.

Ce sont près de 200 personnes, élus, techniciens des collectivités de 3 régions, 7 départements, et socio-professionnels qui se mobilisent depuis 2011 pour mettre en œuvre ce projet.

La gouvernance suivante a été mise en place pour en assurer la mise en œuvre :



Vous souhaitez des informations, participer aux travaux des filières :
 Contact :
 Christophe Lerouge, chef de projet.
c.lerouge@parc-ballons-vosges.fr
 Tél. 03 89 77 90 20

Animateur :

Comité Régional du Tourisme de Lorraine



Une histoire singulière, facteur de différenciation

Le Massif des Vosges est le fruit d'une histoire singulière à la frontière de plusieurs cultures qui ont fait l'Europe de l'Ouest. Elle est fédératrice sur le Massif.

Mettre en scène cette histoire permet de parler des empreintes culturelles des territoires locaux (Maison d'Alsace, Comté de Bourgogne, Duché de Lorraine, ...).

Cette mise en scène, faite en relation avec les grands sites historiques des villes périphériques, permettrait de construire une offre attractive. Ce message peut intéresser les familles et scolaires de France et des pays voisins, comme les populations locales.

La nature participe à cette scénarisation et doit être valorisée comme un cadre d'excellence.

Critères de sélections

- Critères patrimoniaux d'intérêt « massif » : critères historiques et patrimoniaux d'abord, puis critère de nature ensuite.
- Critères de mise en tourisme : plus de 5000 visiteurs, prestations marchandes, présence dans les guides nationaux, accès... accueil des familles.
- Critères de motivation (engagement dans une démarche de qualité).

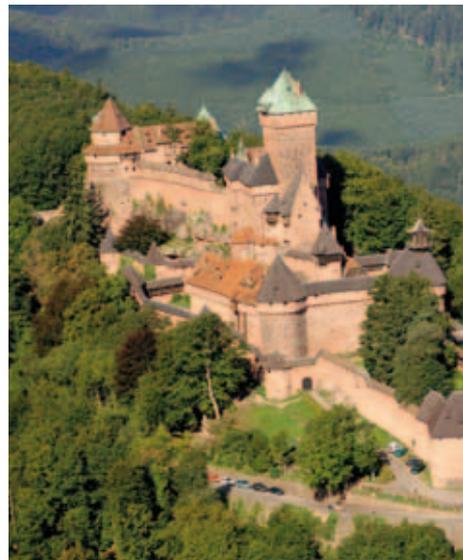
Une liste de sites sera à établir. La route des crêtes est d'ores et déjà retenue comme LE futur site emblématique du Massif des Vosges.

Thématiques retenues

- Architecture (châteaux, abbayes...).
- Sites de mémoire (3 conflits).
- Savoir-faire (bois/forêt, verre/cristal, mine, textile).
- Pôle de sites touristiques (concentration géographique de plusieurs sites).

Objectifs

- Améliorer en continu, le plus largement possible, la qualité de l'offre.
- Accompagner financièrement des porteurs de projets.
- Mettre en réseau des acteurs.



Définition

« Site ou groupe de sites ouverts aux publics, proposant des prestations marchandes de découverte d'un patrimoine historique, culturel et naturel emblématique du Massif des Vosges, pouvant être inscrites dans un Pass ou un produit packagé de séjour. »

« STATIONS VALLÉES » DESTINATION HIVERNALE

Animateur :
Conseil Général des Vosges



Conseil Général
VOSGES

Un massif taillé pour la pratique d'activités hivernales en famille

La destination hiver est la filière touristique clé du Massif : elle en constitue l'image et elle porte la fréquentation estivale.

Or les stations du Massif des Vosges ne présentent actuellement pas de critères emblématiques de différenciation sur un marché concurrentiel. En revanche, par des actions structurantes sur l'offre, elles peuvent développer une offre « familles » différenciée, en s'appuyant sur les atouts du Massif :

- La proximité et l'accessibilité du Massif.
- La possibilité de développer une offre 4 saisons.
- Des dénivelés adaptés aux enfants et plus généralement aux familles.
- Un massif adapté pour la pratique des activités nordiques (raquettes, ski de fond, ...).
- Un massif préservé.

Le périmètre de travail retenu est celui des **stations vallées**, c'est-à-dire des stations qui s'inscrivent dans un environnement socio-culturel homogène et proposant des hébergements, des équipements et des services nécessaires pour un séjour touristique hivernal.

Critères de sélection

- les stations à vocation touristique avérée
- les stations à vocation touristique potentielle

Les 10 stations

- Gérardmer
- La Bresse-Hohneck (déjà labellisée Famille plus)
- Le Ballon d'Alsace
- Le Champ du Feu
- Le Lac Blanc
- Le Larcenaire
- Le Markstein
- Le Rouge Gazon
- Le Schnepfenried
- Ventron

Objectif

- Adapter l'offre aux familles avec enfants, en travaillant notamment à partir de la grille qualité du label « famille plus ».
- Développer une offre 4 saisons.
- Promouvoir et communiquer autour de la cible « familles ».
- Accompagner financièrement des porteurs de projets.
- Mettre en réseau des acteurs.



Définition

Une « station-vallée Massif des Vosges » est un territoire géographique comprenant un ou plusieurs domaines skiables et une offre mutualisée d'hébergements permettant de produire une offre de séjour en direction principale des familles.

Ce territoire doit être continu, pertinent et cohérent, disposant des services, équipements et hébergements touristiques nécessaires à l'accueil des familles avec enfants.

« ITINÉRANCE » RANDONNÉE - ITINÉRANCE

Animateur :

Agence de Développement Touristique du Bas-Rhin

Un Massif paradis des randonneurs

Aux origines mêmes, étymologiques et historiques du tourisme moderne, serait la notion d'itinérance.

Aujourd'hui la capacité d'un territoire à accueillir des pratiques itinérantes sera une mesure de sa maturité touristique, tant l'itinérance est exigeante dans toutes les composantes nécessaires à son accomplissement (moyens de transport, hébergements, attractions à visiter) et dans leur mise en réseau. Ainsi avec le projet de mettre l'itinérance dans sa vitrine touristique, le Massif des Vosges se prépare à la fois à passer un test et relever un défi.

Avec ses 20 000 km d'itinéraires balisés, les hébergements, les patrimoines naturels et culturels, le Massif a les ressources nécessaires pour relever le défi. Reste que ce potentiel incontestable et unique au regard des autres massifs français, a besoin d'une action coordonnée et spécifique impliquant tous les partenaires, pour devenir le support d'une activité touristique professionnelle, avec les retombées économiques auxquelles les acteurs locaux peuvent prétendre.

La filière « *itinérance* » est une création relativement nouvelle sur le Massif, à construire par des socio-professionnels motivés, en associant hébergements, itinéraires, sites de visites et activités de découvertes du Massif.

Critères de sélection

- Un itinéraire emblématique porteur d'image : le rectangle rouge/GR 5 de Lauterbourg à Belfort, avec pour objectif d'en faire une Grande Traversée des Vosges - GTV.
- Des produits d'itinéraires en boucles avec réservation de lits, portage de bagages et découvertes du territoire.
- L'itinéraire pouvant se pratiquer de multiples manières, il a été décidé de l'aborder dans ses modalités non motorisées, essentiellement pédestres mais aussi toutes saisons, ce qui peut impliquer des pratiques comme le ski de fond et la raquette à neige.

Objectifs

- Développer l'image d'un massif propice aux randonnées (pédestres, vtt).
- Conquérir une clientèle de randonneurs itinérants 4 saisons.
- Donner une image du Massif des Vosges : massif de la « *randonnée éco-accessible et ouverte sur la découverte d'un territoire et de son histoire* ».
- Accompagner financièrement des porteurs de projets.
- Mettre en réseau des acteurs.

tourisme67.com
ADT
Tourisme en Alsace



Définition

Randonnée principalement pédestre sur plusieurs jours, associant itinéraires, réseau d'hébergements qualifiés et services (transport de bagages, offre accompagnée, ...).

« BIEN-ÊTRE EN MONTAGNE » VACANCES BIEN-ÊTRE

Animateur :

Haute Alsace Tourisme

Agence de Développement Touristique du Haut-Rhin



Une destination bien-être à construire

Dans une société de plus en plus urbanisée, où le stress apparaît comme l'un des maux les mieux partagés, le retour sur soi, la recherche de l'équilibre, de la santé, du bien-être, de la détente, de ressourcement, d'harmonie du corps et de l'esprit, de plaisir des sens, sont autant de termes de plus en plus indissociables des offres touristiques proposées aujourd'hui.

Il existe sur le Massif des Vosges de nombreux professionnels positionnés sur la valeur du bien-être. Pour autant, on ne peut réellement parler de filière, ces différents acteurs étant peu coordonnés, dans la construction et la mise en valeur de leur offre.

Par ailleurs, une multitude d'autres acteurs comme les fabricants ou vendeurs de produits naturels régionaux, les accompagnateurs en randonnées ou les prestataires d'activités sportives de plein air ne sont pas clairement identifiés et mis en réseau de manière formalisée. C'est tout l'intérêt de la démarche que de trouver des synergies propres à valoriser l'ensemble de la chaîne des professionnels du Massif des Vosges.

Objectifs

- Créer un concept « *Bien-être Massif des Vosges* ».
- Créer un réseau d'hébergements et d'infrastructures autour de ce concept.
- Mettre en place une image forte, identifiante pour le Massif.
- Mettre en œuvre une stratégie de destination touristique, au sein de laquelle chaque professionnel pourra trouver sa place.
- Accompagner financièrement des porteurs de projets.
- Mettre en réseau des acteurs.
- Améliorer en continu le dispositif.



Définition

Le bien-être doit être ici appréhendé comme un concept global, intégrant physique, psychique, éco-responsabilité, développement personnel. Bien au-delà d'une simple approche par l'offre « *bien-être* » des hébergements hôteliers, essentiellement tournée vers le spa, le concept « *bien-être* » du « *Massif des Vosges* » doit s'articuler autour des nombreuses richesses du Massif qui répondent à la notion générale du bien-être : air pur, ressourcement, calme, sports doux de plein air, nature, détente en famille, produits locaux bio, gastronomie, convivialité, forêthérapie.

Animateurs :

Parc naturel régional des Ballons des Vosges

Parc naturel régional des Vosges du Nord

D'importantes ressources à mettre en réseau

Avec la montée des valeurs éthiques, l'intérêt accru pour le développement durable, le passage d'un tourisme de consommation à un tourisme de participation, positionner l'écotourisme dans sa vitrine touristique, le Massif des Vosges se prépare à la fois à tester, innover et relever le défi.

D'autant que le Massif possède dans ce domaine de nombreux atouts :

- Des accès collectifs au Massif à partir des 3 cercles géographiques de clientèles (proximité, Benelux /Allemagne, Ile de France/Nord-Pas de Calais). C'est le point fort de la ressource.
- Des espaces naturels de qualité.
- Des activités de découvertes du patrimoine naturel, historique et culturel.
- Des hébergements éco-labellisés.
- Des produits locaux avec des circuits courts organisés.
- Une volonté partagée de positionner le « *Massif des Vosges* » comme une montagne vivante, éco-accessible, avec des ressources naturelles, historiques et culturelles, et un environnement à partager entre population et visiteurs.

La réussite des objectifs de la filière passera par une nécessaire mise en réseau des éléments de ressources. S'il existe une offre forte en matière de TGV et de transports régionaux, les dessertes internes au Massif et l'offre d'éco-mobilité reste à développer et à mettre en réseau. La liaison entre les deux est médiocre. Par ailleurs l'offre écotouristique existante et son potentiel de développement doivent permettre de construire une nouvelle offre.

Objectifs

- Qualifier une image « *écrin de nature* » du « *Massif des Vosges* » à travers la qualification et la commercialisation d'une offre écotouristique.
- Faire du « *Massif des Vosges* » LE territoire de référence en matière d'écotourisme et d'éco-accessibilité.
- Accompagner financièrement des porteurs de projets.
- Mettre en réseau des acteurs.
- Améliorer en continu le dispositif.

Qu'est-ce qu'une offre écotouristique ?

« On entend ici par offre-séjour écotouristique, une offre composée des ressources suivantes :

- Des espaces naturels de qualité.
- Des accès possibles en éco-mobilité.
- Des hébergements et des services respectueux de l'environnement.
- Des activités appropriées, respectueuses de l'environnement et s'intéressant à la population locale, tournées vers la découverte des hommes et de leur patrimoine local naturel, historique et culturel avec une approche pédagogique. »



Définition

« L'écotourisme s'entend ici par la prise en compte de préoccupations environnementales dans l'économie touristique, depuis les projets jusqu'à la réalisation des infrastructures, la gestion des activités et des entreprises. Cela suppose la valorisation des patrimoines, notamment la découverte, l'interprétation des patrimoines naturels, par une médiation humaine, avec des retombées locales. »

UNE MARQUE POUR LE TERRITOIRE TOUS POUR UNE MARQUE



MASSIF DES VOSGES



« *Massif des Vosges* »... ça sert à quoi ?

www.massif-des-vosges.com Mettre l'offre en marché

La mise en marché de l'offre correspond au travail continu opéré auprès des prestataires pour identifier et structurer leur offre sous la marque « *Massif des Vosges* », la vendre par les différents canaux de distribution et la réajuster en fonction du filtre de satisfaction du client.

À partir de l'automne 2012, le Massif des Vosges sera présent sur Internet avec une offre de produits touristiques.

Prendre position

Massif des Vosges, c'est investir pour prendre position sur un marché du tourisme qui devient de plus en plus européen et concurrentiel.

La taille du massif, sa position, son nom, son offre, sa singularité lui permettent, en effet, une visibilité spontanée qu'aucun de ses partenaires ne peut revendiquer à lui seul.

C'est ajouter une nouvelle destination aux grandes offres de la montagne française, comme les Alpes du Nord et du Sud, l'Auvergne, les Pyrénées...

Séduire de nouvelles clientèles

L'objectif pour tous les partenaires de la démarche est de :

- Faire connaître la destination « *Massif des Vosges* » ?
- Intéresser de nouvelles clientèles nationales et européennes.

Ce qui en retour stimulera les investissements touristiques, l'offre d'hébergement.

Le travail sur les clientèles fidèles et/ou de proximité, indispensable, restant à la charge des structures territoriales, chacune à leur niveau.

Construire une notoriété - Donner de la visibilité

Il s'agira à travers un plan marketing et de communication de construire une notoriété dans le temps avec notamment :

- La création et la diffusion de supports de communication dont certains existent déjà depuis plusieurs années réalisés par le comité de promotion collective du Massif.
- La mise en œuvre de campagnes de communication grand public.
- Un travail permanent de relations presse.
- Une communication interne en direction des professionnels locaux du tourisme.

Apporter une valeur ajoutée d'image aux partenaires locaux

« *Massif des Vosges* », c'est également le principe de construire et promouvoir une marque qui ajoute à la communication de chacun et élargit l'offre aux yeux des clients potentiels.



MASSIF DES VOSGES



Christophe LEROUGE

Chef de projet « *Destination Massif des Vosges* »

Mission stratégie touristique du Massif des Vosges
Maison du Parc / 1 cour de l'Abbaye / 68140 MUNSTER
Tél. : 03 89 77 90 36
c.lerouge@parc-ballons-vosges.fr
www.massif-des-vosges.com

