

SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2023-2027

JUSTE UN SCHÉMA



la Meuse!

la Meuse!

EDITO



Vous avez entre les mains, notre nouveau schéma Départemental du Tourisme. Un document stratégique, élaboré par nos équipes, et qui donne une vision extrêmement pointue de la situation.

Le changement climatique n'est plus à démontrer, cela interroge nos pratiques, nos aspirations, et l'attitude touristique éco-responsable. Ce qui est le quotidien des meusiens est en fait un critère de recherche pour les citadins et nos amis frontaliers. Forêts, espaces, fleuve, éco-lodge, circuit court, vélo, cheval, pêche, etc... La pandémie a redistribué les cartes.

Notre département est depuis 1919, une destination mémorielle, nous prenons maintenant un virage pour devenir une référence d'histoire. En écrivant ces lignes, les médias qualifient la bataille de Soledar comme le Verdun du XXI^{ème} siècle ... On ne peut pas gommer ce symbole, qui parle au monde entier, mais l'on doit y ajouter toutes les richesses de l'ensemble du département et il n'en manque pas !

Le défi est de faire des excursionnistes des touristes de courts séjours. Nous devons accompagner le développement des hébergements, nous devons développer des offres, notamment pour nos voisins : des métropoles voisines, du Benelux, d'Allemagne... et même les Parisiens et les Strasbourgeois qui sont juste à une petite heure de chez nous !

Nous avons avec le précédent Schéma Départemental posé des bases solides, nous mesurons tout le poids du tourisme dans l'économie locale. Et nous savons aussi maintenant que des courts séjours ouvrent la porte à des réflexions pour se fixer en Meuse. Accueillons avec bienveillance et professionnalisme les meusiens de demain.

« La Meuse, une force de la nature » doit sonner comme une évidence. Nous devons être fiers de la marque « La Meuse ». L'avenir de notre territoire est entre nos mains.



M. Jérôme DUMONT
Président du Conseil départemental

.. INTRODUCTION.....	4-5
.. BILAN DU SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2017-2021	6-9
.. MÉTHODOLOGIE RETENUE POUR LE SCHÉMA 2023-2027	10-11
.. DIAGNOSTIC ET INDICATEURS CLÉS DU TOURISME EN MEUSE	12-15
.. DES ENJEUX TRANSVERSAUX AU SERVICE DE NOTRE TERRITOIRE.....	16-17
.. LES ENJEUX DU TOURISME À L'HORIZON 2027	18-19
.. LA STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT 2023-2027 PAR FICHE- ACTIONS	20-59
.. ENJEU TRANSVERSAL Tourisme durable et écoresponsabilité	22-26
.. ENJEU N°1 LA MEUSE, une force de la nature	27-37
.. ENJEU N°2 LA MEUSE, riche de son histoire, de son patrimoine et de son terroir	38-47
.. ENJEU N°3 Construire LA MEUSE touristique de demain	48-53
.. ENJEU N°4 LA MEUSE, juste fier, juste j'en parle	54-59

Crédits photos : ©4Runners - La Maison Forte - Pierre DEFONTAINE/ARTGE - Pexels - Baby&Cie - Artipair - La Villa des Ducs - Philippe LEVEQUE - Gîte Herbauchamp - Musiques et Terrasses - Guillaume RAMON - Carole Göltiz/ Francewebazine - Gérard Ganglion/FFRP - Meuse Attractivité - Kris DAVIDSON - Connaissance de la Meuse - Jan VETTER - Michel PETIT - Trottinloc - Instant Nomade - Vincent MULLER/RGE PNRL.

©Réalisé par Meuse Attractivité.



L'ANNÉE 2022 TÉMOIGNE DE BONNES PERFORMANCES DU SECTEUR TOURISTIQUE :

- Après avoir fortement souffert des conséquences de la crise sanitaire, le tourisme de Mémoire est en grande partie revenu, avec un retour constaté des clientèles étrangères pendant la saison 2022 ;
- L'Eurovélo 19 est l'itinéraire ayant connu la plus forte reprise de tout le Grand Est : +55% de passages en juin-août 2022 par rapport à 2021¹ ;
- Les taux d'occupation des hébergements (hors hôtels et campings) sont en constante progression et dans la moyenne des hébergements de la région (55%)² ;
- Le nombre d'offres commercialisées en ligne augmente : +11 % entre 2021 et 2022³ ;
- Le chiffre d'affaires réalisé via la place de marché en ligne portée par Meuse Attractivité progresse significativement : +96 % entre 2021 et 2022 et +216 % entre 2019 et 2022⁴ ;
- Une bonne reprise des sites historiques de 1914-1918 attirant notamment une importante clientèle de groupe à majorité scolaire ;
- Nos socioprofessionnels se saisissent des engouements touristiques en matière de sports et activités de nature et de nouvelles offres de produits adaptées émergent sur le territoire.
- L'aménagement de la Meuse à Vélo se met en place avec les prochains travaux de création de voies vertes par les collectivités locales.

Mais ces signaux encourageants ne sauraient occulter certaines réalités :

- Le manque d'hébergements hôteliers et collectifs de grande capacité autant que de catégories de moyenne à haute gamme est problématique. Cela suscite des réticences à la commercialisation pour des tour-opérateurs, et complique l'organisation de voyages pour certaines clientèles exigeant des offres et niveaux de qualité inégalement répartis. Cette carence se traduit également par la saturation des hébergements existants lors des événements culturels ou sportifs d'envergure organisés sur le territoire, qui sont pourtant de formidables produits d'appel pour découvrir la destination.
- Un défaut de l'offre de restauration dans la souplesse de ses horaires parfois peu adaptés aux réalités touristiques. La Meuse possède un potentiel gastronomique et ne dispose que d'un unique Bib Gourmand.
- L'itinéraire « La Meuse à Vélo » manque d'aménagements et d'infrastructures facilitantes, ce qui ralentit une émergence franche.
- Malgré un retour progressif aux niveaux de fréquentation du centenaire 1914-1918, nous ne sommes pas encore en mesure d'affirmer que la dynamique se maintiendra. Il convient de soutenir ces offres touristiques pour anticiper au maximum et ancrer l'Histoire dans une nouvelle trajectoire de pérennité.
- Le soutien associatif dont bénéficie le tourisme meusien connaît aussi ses difficultés. Le fonctionnement grâce aux bénévoles est en péril dû au faible engagement de bénévoles plus jeunes. Et ce bénévolat soulève aussi la question de la professionnalisation pour ces associations qui en ont souvent besoin.

Ce schéma 2023-2027 tend à apporter des solutions à ces problématiques.

¹Enquête de l'Agence Régionale du Tourisme Grand Est sur le bilan de l'activité de l'été 2022, paru le 20 septembre 2022

²ibid

³Données extraites via la plateforme d'analyse AIRDNA

⁴Chiffre d'affaires généré en Meuse sur la plateforme ELLOHA



INTRODUCTION

En l'espace de quelques années, le tourisme a vécu des bouleversements majeurs et rapides : la crise sanitaire, la problématique environnementale, l'augmentation du coût de la vie ou encore l'hybridation des modes de vie avec le développement du télétravail ont, entre autres, considérablement fait évoluer les pratiques. Les Français comme les clientèles européennes redécouvrent le tourisme de proximité, s'intéressent de plus en plus à des modes de consommation touristiques plus responsables et sont en quête de sens.

Dans ce contexte, les atouts de la Meuse en tant que destination touristique de ressourcement sont réels : son Histoire bien sûr, mais aussi sa nature et son environnement rural, son patrimoine culturel et gastronomique peuvent lui permettre d'attirer davantage de visiteurs. Pour cela, la stratégie de développement touristique du territoire doit plus que jamais mettre l'accent sur la valorisation des expériences, pensées en fonction des besoins de nos clientèles, en particulier familiales, et miser sur la prolongation du temps de séjour.

Le département a bénéficié d'une excellente dynamique à l'occasion du Centenaire de la Première Guerre mondiale, et la reprise d'activité post-pandémie illustre le fort potentiel de la destination. Pour le réaliser, nous devons créer les conditions d'un développement coordonné et équilibré, tirer le meilleur parti de nos forces mais aussi engager un travail structurant sur nos faiblesses.

Face au phénomène climatique global, les pratiques du tourisme dans le monde comme en France doivent évoluer. Nous devons nous saisir, meusiens comme visiteurs, de ce défi si transversal auquel nous faisons face pour limiter les impacts environnementaux de notre quotidien. Dès lors, l'ensemble des actions présentées sera abordé sous l'angle de l'écoresponsabilité, selon la nature des actions. La préservation de la biodiversité, la protection des espaces naturels sensibles, la réduction de la pollution numérique ou encore de l'empreinte carbone seront au cœur des réalisations touristiques de ce schéma.



BILAN DU SCHÉMA DÉPARTEMENTAL DE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE 2017-2021

UN CONTEXTE D'EXERCICE MOUVEMENTÉ

Le précédent schéma de développement touristique 2017-2021 a été déployé sur une période particulièrement mouvementée. Dans un premier temps porté par le dynamisme de fréquentation lié au centenaire de la Grande Guerre, son exercice s'est compliqué avec la pandémie de covid-19 en 2020-2021. Les complications engendrées ont conduit à sa prolongation jusqu'à fin 2022.

Son bilan nous a permis d'élaborer un schéma 2023-2027 mieux adapté aux besoins de nos socio-professionnels.

LES RÉALISATIONS CONCRÈTES DU SCHÉMA 2017-2022

AXE N°1

SOUTENIR LA STRUCTURATION D'UNE OFFRE TOURISTIQUE PLURIELLE ANCRÉE DANS L'IDENTITÉ MEUSIENNE ET CONNECTÉE AUX TERRITOIRES VOISINS

- Le balisage et l'entretien de 302 km de sentiers pédestres et le référencement internet de 298 sentiers ;
- La réalisation de 33 kilomètres de voies vertes, et d'autres projets en cours de validation ;
- La labellisation de l'itinéraire « La Meuse à Vélo » au titre des itinéraires cyclables européens ;
- La création d'un partenariat interdépartemental pour structurer l'itinéraire EuroVélo19 ;
- La concrétisation du programme interrégional (Belgique-Luxembourg-Meuse) « Land Of Memory » par la création d'un site internet à portée pédagogique, d'une exposition itinérante « Our Common Heritage », par la refonte et valorisation de la médiation de lieux de visites de la Grande Guerre ainsi que par la réalisation d'un jeu de société.

AXE N°2

FAIRE PROGRESSER LA QUALITÉ DE L'EXPÉRIENCE TOURISTIQUE TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'ACCUEIL DU VISITEUR

- Le soutien à la labellisation ou au classement (Qualité Meuse modernisé en 2021, Bienvenue aux cyclos, classements nationaux) : 371 structures classées ou labellisées de janvier 2017 à août 2022 ;
- Le déploiement d'ateliers de professionnalisation des prestataires touristiques tout au long de l'année 2022 ;
- Le développement de l'offre de mobilité : 44 bornes de recharges pour véhicule électrique déployées par la FUCLEM (Fédération Unifiée des Collectivités Locales pour l'Électricité en Meuse).



AXE N°3

DÉVELOPPER UNE STRATÉGIE DE CONQUÊTE ET DE FIDÉLISATION DES CLIENTÈLES POUR DES COURTS-SÉJOURS

- Le déploiement efficace de la plateforme de commercialisation ELLOHA : 70 prestataires en 2018 (11 000€ de chiffre d'affaires) à 148 prestataires en décembre 2022 (394 000€ de chiffre d'affaires) ;
- 47 accueils de journalistes et bloggeurs ainsi que 35 accueils de tour-opérateurs, issus de France et de l'étranger ;
- Le lancement de la marque territoriale en mars 2022 ;
- La création d'un format de boutique éphémère pour valoriser les produits meusiens ;
- La diffusion d'un magazine de destination thématique semestriel pour valoriser les atouts de la Meuse.



AXE N°4

REDÉPLOYER LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE EN COORDINATION AVEC LES AUTRES ÉCHELONS COMPÉTENTS

- La mise en place d'un observatoire du tourisme grâce à un dispositif d'enquêtes de terrain et au déploiement des outils FluxVision et Airdna ;
- La mise en place d'un programme de formation mensuelle pour les prestataires touristiques ;
- L'adoption d'un outil de collecte numérisé de la taxe de séjour pour les territoires de Pays d'Argonne et de Val de Meuse-Voie Sacrée.





RETOUR D'EXPÉRIENCE DE LA MÉTHODOLOGIE EMPLOYÉE EN 2017

Les enseignements du schéma 2017-2022 :

- Ce schéma a montré une grande exhaustivité et pertinence dans son diagnostic initial. L'analyse territoriale menée pour son élaboration présente un état des lieux argumenté des enjeux stratégiques pour le tourisme meusien, et en a fait un matériau précieux pour l'élaboration du schéma 2023-2027.
- Il présentait un travail éclairant de défrichage des approches du positionnement et de l'offre, ayant permis de déployer des actions adaptées aux différents marchés cibles identifiés :
 - ▶ Les citoyens en « pause nature ».
 - ▶ Les familles en court-séjour.
 - ▶ La clientèle « escale » et itinérance (vélo, camping-car, pédestre, moto, etc).
 - ▶ La clientèle de proximité – en Grand Est.

LES PISTES D'AMÉLIORATION PRISES EN COMPTE POUR LE SCHÉMA 2023-2027 :

Le bilan du schéma 2017-2022 a permis de tirer les grands enseignements à appliquer pour élaborer plus précisément le présent schéma :

- Formuler plus concrètement les objectifs et les actions à déployer pour assurer un suivi mesurable et précis des travaux accomplis tout au long de la validité du schéma ;
- Instaurer une co-construction plus poussée pour identifier systématiquement un acteur pilote et les partenaires financiers et matériels à chaque action ;
- Prioriser davantage les filières stratégiques pour optimiser l'emploi des ressources disponibles ;
- Consulter un plus grand nombre d'acteurs du territoire en vue d'une meilleure pertinence des actions envisagées ;
- Définir dès la première année un calendrier de concertation avec le Conseil Départemental et les collectivités territoriales pour coordonner la réalisation des actions : définitions des budgets et personnes référentes partenaires des actions.



MÉTHODOLOGIE RETENUE POUR LE SCHÉMA 2023-2027

Pour une démarche d'élaboration plus « connectée » aux socio-professionnels et au territoire, la méthodologie suivante a été retenue :

ÉTAPE N°1 : BILAN DU PRÉCÉDENT SCHÉMA

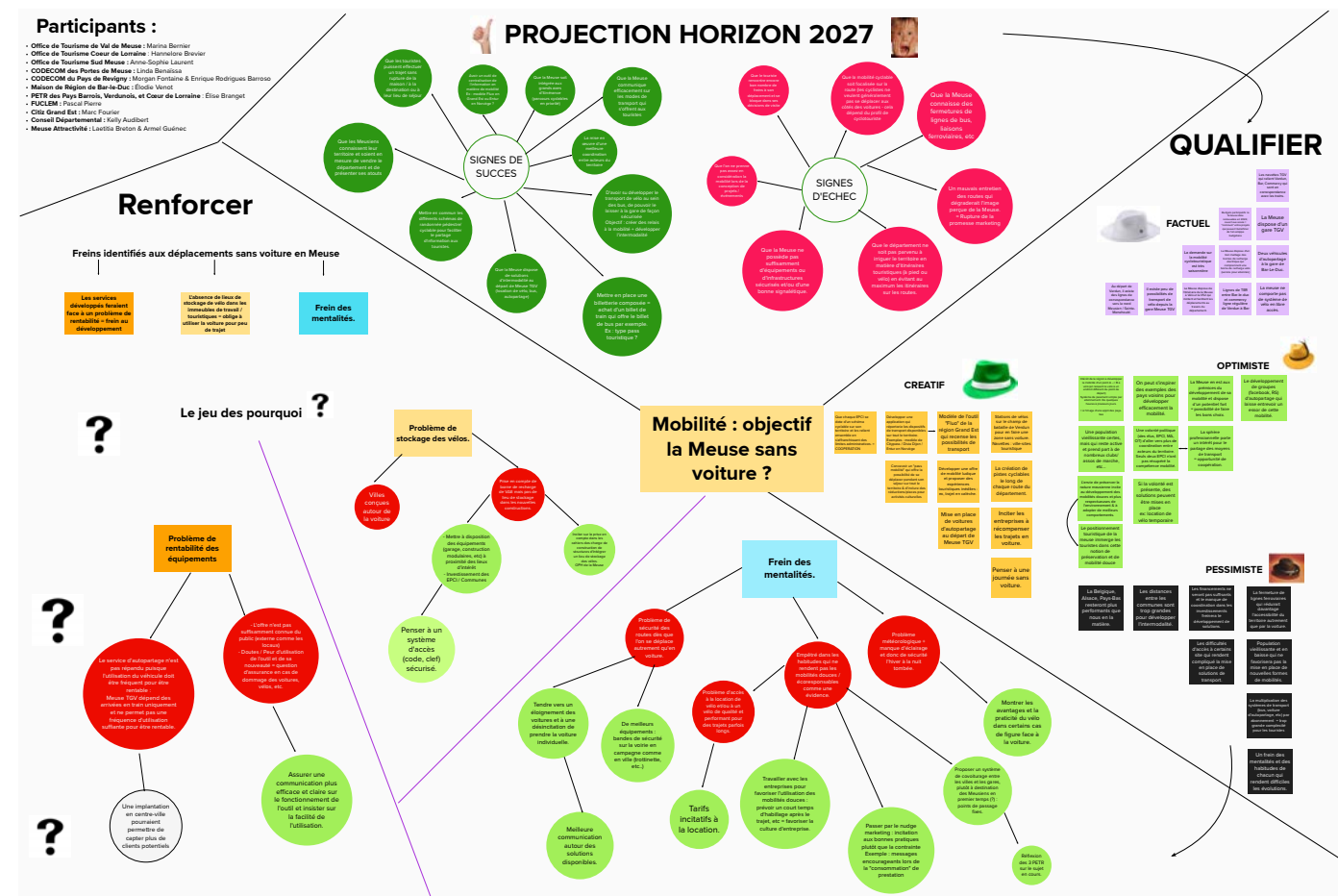
ÉTAPE N° 2 : PARTAGE D'UN QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION – 57 RÉPONDANTS POUR 589 CONTACTS

- **Objet** : retours sur l'exercice et le bilan des actions du schéma 2017-2022 et les thématiques à intégrer dans le schéma 2023-2027.
- **Période** : été 2021.
- **Modalité** : Questionnaire en ligne envoyé par e-mail.

ÉTAPE N°3 : CONSULTATION TERRITORIALE DES SOCIO-PROFESSIONNELS À MAJORITÉ TOURISTIQUE

- **Objet** : Identifier, via des ateliers d'idéation en groupe, les problématiques et besoins des filières touristiques. Les thématiques ont été choisies selon les retours du questionnaire, selon le bilan du précédent schéma et en fonction des enjeux touristiques actuels.
- **Période** : 13 janvier au 09 mars 2022.
- **Modalité** : du fait de la pandémie, réalisés à distance en ligne avec un support d'idéation numérique « Mural ».
- **Bilan** : 13 ateliers – 26 heures d'échange – 125 inscriptions pour 83 participants différents – Moyenne de 10 personnes par atelier.

L'objectif était d'ancrer les actions de développement au cœur des nécessités du territoire et de faire émerger, par des échanges entre acteurs d'un même secteur, des connaissances ou solutions qui n'auraient pas été envisagées par les seuls pouvoirs publics. Meuse Attractivité et le Département de la Meuse tiennent à remercier à nouveau l'ensemble des acteurs qui ont pris part à cette démarche.



Modèle d'atelier - Mobilité : objectif la Meuse sans voiture ?



Les typologies de structures représentées lors de ces ateliers :



INSTITUTIONNELS - PUBLICS – CONSULAIRES :

- Département de la Meuse
- Offices de Tourisme
- Chambres consulaires (de Commerce et d'Industrie, d'Agriculture, des Métiers et de l'Artisanat)
 - Pôle d'Équilibre Territorial et Rural des Pays Barrois, Verdunois et de Cœur de Lorraine
 - Collectivités territoriales, structures culturelles et muséales
 - Service mobilité de la Maison de Région Grand-Est,
 - Établissement Public de Coopération Culturelle du Mémorial de Verdun – Champ de Bataille
 - Base de loisirs du Lac de Madine



STRUCTURES PRIVÉES (HORS ASSOCIATION) :

- Artisans
- Brasserie de bière meusienne,
- Professionnel privé du vélo tout-terrain
 - Guide-conférencier, prestataires d'hébergement touristique (hôtel, auberge de jeunesse, meublé de tourisme, chambre d'hôtes)
 - Prestataires d'activités de loisirs de Meuse
 - Agence de voyage meusienne
 - Entreprise de véhicules d'autopartage du Grand Est.



ASSOCIATIONS ET FÉDÉRATIONS :

- Comité Départemental de Randonnée Pédestres
- Fédération de pêche de Meuse,
- Fédération de chasse de Meuse,
- Fédération Unifiée des Collectivités Locales pour l'Électricité en Meuse,
- Office National des Forêts
- Associations sportives et de programmation culturelle,
- Union des Commerçants de Verdun
- Meuse Attractivité.

ÉTAPE N° 4 : RÉDACTION DES FICHES ACTIONS

- Par une synthèse :
 - ▶ Restitutions des ateliers de consultation, le questionnaire de bilan et perspectives, les rencontres de terrain et nos connaissances du territoire Meusien, ses spécificités et ses acteurs.
- Par l'intégration des enjeux et filières abordés par les plans de développement du tourisme national et régional :
 - ▶ Plan Destination France
 - ▶ Schéma Régional de développement du tourisme 2018-2023

DIAGNOSTIC ET INDICATEURS CLÉS DU TOURISME EN MEUSE

La crise sanitaire semble désormais ne s'apparenter qu'à une parenthèse dans la croissance touristique. Les indicateurs d'activité témoignent d'une reprise de la majorité des secteurs, et parfois de performances excédant les niveaux connus en 2019. Pour que cette reprise se concrétise en croissance durable, nous devons soutenir et accompagner nos socio-professionnels dans leur développement. Les outils d'analyses dont nous disposons nous permettent de connaître plus finement les cibles prioritaires pour le tourisme en Meuse, et d'offrir une visibilité globale de son impact économique, de sa composition et, de fait, des secteurs à privilégier ou non.

LES MARCHÉS CIBLES PRIORITAIRES

La Meuse jouit d'une situation particulièrement intéressante au sein de la région, à laquelle peu de départements peuvent prétendre. Avec 180 kilomètres du fleuve Meuse le traversant du Nord au Sud, une proximité immédiate avec la Belgique, les Pays-Bas et le Luxembourg, c'est-à-dire ses principaux bassins émetteurs de touristes étrangers et une offre touristique variée, le territoire se positionne comme une destination à fort potentiel de développement au sein du Grand Est. Cette situation géographique définit naturellement les marchés de visiteurs séjournant chez nous. Les cibles identifiées comme prioritaires sont :



Les familles avec enfants et jeunes adolescents :

- **Objectif** : Passer des vacances en toute tranquillité où tous peuvent apprécier des activités de loisirs et pédagogiques.
- **Motivations** :
 - ▶ Activités de plein air et sports de nature (randonnée vélo ou pédestre en forêt, loisirs nautiques, balade à cheval, escape game, etc).
 - ▶ Découvertes et apprentissages : musées et sites accessibles à un public adolescent (Exemples : Mémorial de Verdun, Citadelle Souterraine, sites de mémoire, musée de la bière).
- **Frustration** : Médiation non adaptée à l'appréhension d'un jeune public et manque de services dans les hébergements.
- **Origine** : visiteurs majoritairement de proximité (départements limitrophes, Belgique).



Les cyclotouristes :

- **Objectif** : Vivre une micro-aventure, souvent en itinérance, au fil de paysages diversifiés et en toute sécurité et simplicité.
- **Motivations** : Partager des moments entre amis autour d'une bonne table, un itinéraire diversifié et ponctué de points d'intérêts touristiques aisément accessibles. La qualité des services de ses hébergements, les rencontres locales et la souplesse d'organisation de leur voyage.
- **Frustrations** : difficulté d'accès aux itinéraires, notamment l'Eurovélo 19, le manque d'équipements et de services le long des routes et itinéraires (transport de bagage, aires de repos/services, station vélo).
- **Origine** : Pays-Bas, Belgique, départements français voisins, Allemagne.



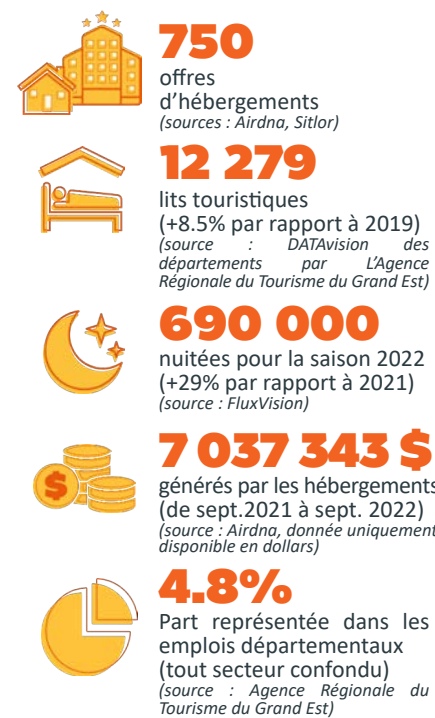
Les couples citadins (essentiellement Parisiens) :

- **Objectif** : À la recherche de courts-séjours pour s'évader de la ville et se déconnecter du quotidien. Souhaitent vivre une courte mais riche aventure au cœur de la nature.
- **Motivations** : En quête d'espaces où se promener, de bonnes découvertes gastronomiques locales, de rencontres de producteurs et d'artisans.
- **Frustrations** : les destinations et expériences difficiles d'accès, le manque de professionnalisme et couacs lors d'expériences en hébergements/restaurants.
- **Origine** : majoritairement d'Île-de-France, et dans une moindre mesure de métropoles de proximité.

Des cibles secondaires mais non négligeables viennent compléter celles-ci, comme les pêcheurs, les séniors ou encore les camping-caristes.

À l'avenir, des évolutions des outils en place et l'acquisition de nouvelles technologies devraient nous permettre d'affiner de façon plus poussée nos connaissances sur les comportements de nos visiteurs. Les plateformes telles que FluxVision ou Airdna développent d'ores et déjà des solutions pour étudier les flux, les tensions de fréquentation sur sites ou encore les impacts carbone par déplacement et activité. Ces perspectives intéressantes seront d'excellents moyens d'orienter plus pertinemment les actions de développement, la gestion d'activité, ou encore les dispositifs marketing et contenus de communication au fil des ans.

« CHIFFRES CLÉS DU TOURISME EN MEUSE »



DE LA MÉMOIRE À L'HISTOIRE

Locomotive du tourisme en Meuse, le patrimoine mémoriel de la Première Guerre mondiale continue d'attirer de très nombreux visiteurs. Mais si le Centenaire a marqué un bond significatif de fréquentation, l'arrêt du tourisme lors de la pandémie ne permet pas encore de déterminer si le tourisme de Mémoire retrouvera le niveau d'avant covid-19 ou connaîtra une nouvelle dynamique de croissance. Sans avoir de certitude pour le futur, nous savons en revanche que les groupes, majoritairement scolaires, restent des publics privilégiés à travailler pour entretenir une bonne fréquentation.

Dans une perspective globale, la Meuse est une terre d'Histoire au sens large. Avec un patrimoine architectural Renaissance remarquable, des sites historiques comme Nasium ou Senon, ou encore des événements historiques comme le traité de Verdun, la naissance de Jeanne d'Arc ou l'arrestation de Louis XVI à Varennes-en-Argonne, nos visiteurs peuvent retracer des siècles d'histoire au côté des précieux témoignages et lieux de mémoire de la guerre de 1914-1918.

La plupart de ces périodes historiques sont peu, voire pas du tout mises en tourisme. Des offres touristiques de qualité pourraient permettre de faire émerger un véritable tourisme d'Histoire en Meuse. Certains sites font déjà preuve d'innovation dans leur médiation comme la Citadelle Souterraine ou le camp Marguerre. Mais innovation ne rime pas toujours avec numérique. La recherche de nouvelles expériences et façons de découvrir les sites historiques doit se faire au cas par cas, avec un objectif : inviter à (re)découvrir autrement ces sites.



VERS UNE DESTINATION CYCLOTOURISTIQUE MODÈLE

Avec +55 % de fréquentation entre les étés 2021 et 2022, l'itinéraire européen « La Meuse à Vélo » enregistre la plus impressionnante reprise de toutes les véloroutes régionales. Plusieurs freins ont cependant été identifiés, notamment grâce à la réalisation d'audits de l'itinéraire :

- Le kilométrage insuffisant de voies vertes qui occasionne une pratique dangereuse et inadaptée à la pratique familiale.
- La signalisation et le maillage insuffisants des voies adaptées à la pratique du vélo (chemins bancs, voies secondaires peu fréquentées...).
- Le manque d'hébergements adéquats à l'accueil des cyclotouristes, tout comme le peu d'hébergements de grande capacité, susceptibles d'accueillir des groupes.
- Le manque d'aménagements pratiques (points d'eau, bornes de recharge, stations d'entretien rapide, casiers sécurisés).

Ces lacunes existent par ailleurs sur le territoire dans son ensemble, au même titre que le défaut de maillage de mobilités. Il est encore très compliqué d'effectuer un voyage entièrement via les transports publics et le vélo, quel que soit le point d'arrivée des visiteurs. Pourtant, les atouts ne manquent pas pour ériger la Meuse en grande destination de cyclotourisme :

- La véloroute V52 (Paris-Strasbourg) traverse le sud de la Meuse sur 96 kilomètres (2e département en distance de voie) en passant par Bar-le-Duc. 74 % de l'itinéraire sont déjà praticables sans danger, mais les offres périphériques et les équipements adaptés font encore défaut.
- Le nombre de chemins blancs offre des possibilités immenses de boucles cyclables sécurisées au cœur de la nature, avec à la clé la valorisation des nombreux villages remarquables de Meuse.
- La topographie et le climat qui favorisent une pratique aisée et adaptée à la cible familiale notamment.

La transversalité touristique qu'offre le vélo en fait l'un des enjeux majeurs des prochaines années : elle permettra de renforcer les flux touristiques y compris sur les sites historiques liés à 14-18.

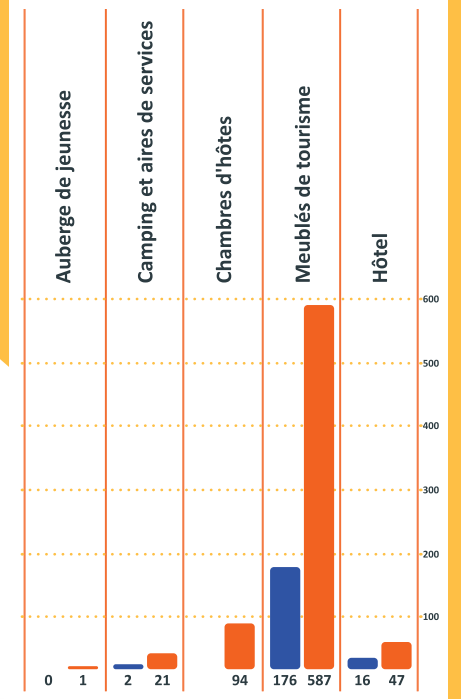


UN SECTEUR DE L'HÉBERGEMENT À SOUTENIR

En progression constante depuis plusieurs années (hormis 2020), le nombre d'offres de locations de tourisme commercialisées en ligne a, entre 2021 et 2022, cru de 23 %. Cela va de pair avec une dynamique de croissance du taux d'occupation de ces hébergements commercialisés par les plateformes et places de marché, en particulier s'agissant des meublés de tourisme, gîtes et chambres d'hôtes. Avec une moyenne de 55 %, le taux d'occupation des meublés touristiques du département fait ainsi de la Meuse le 5^e territoire du Grand Est, ex-aequo avec la Marne. En revanche, avec 61% de taux d'occupation pour son hôtellerie, la Meuse est en-deçà des autres départements de la Région (62 % pour les Vosges, 63 % pour la Haute-Marne). De plus, sur 47 structures hôtelières, seules 22 disposent de plus de 20 chambres, freinant l'accueil des groupes. Le défaut de classement de l'offre d'hébergement se fait aussi ressentir.

L'accompagnement de ces structures dans leur projet de rénovation, de professionnalisation et de commercialisation sera donc l'une des préoccupations de ce schéma. Cette situation prend d'autant plus d'importance au regard des dépenses touristiques réalisées sur le sol meusien, qui sont les plus basses en Grand Est. L'impact économique du tourisme reste optimisable en travaillant à des nouvelles offres commerciales, notamment packagées, et en soutenant la montée en gamme des prestataires touristiques. Cela concerne tant leurs services aux clientèles que leur engagement dans une activité plus durable, et ce dans le but d'inciter à l'augmentation/prolongation des séjours et à la consommation sur le territoire.

RÉPARTITION DES HÉBERGEMENTS PAR CATÉGORIE 12/2022



VERS UN ESSOR DES MANIFESTATIONS ET ÉVÉNEMENTS EN MEUSE

Certains événements emblématiques du territoire affichent des taux de fréquentation équivalents ou supérieurs à ceux de 2019. Les « fers de lance » événementiels tels que les spectacles organisés par Connaissance de la Meuse (« Des Flammes à la Lumière » notamment), la reconstitution « Les Vieux Métiers d'Azannes » ou bien les festivités culturelles comme « RenaissanceS », « Le Grand Festival » ou « Musiques & Terrasses », rythment les saisons. La Meuse offre aux visiteurs une grande variété d'événements d'envergure locale ou départementale. L'initiative du département pour les manifestations sportives « Meuse Terre d'Échappées par Nature » témoigne de cette volonté de diversifier davantage l'offre territoriale.

Cela étant, la plupart des événementiels du territoire sont confrontés à une même problématique : ils sont impulsés, gérés et organisés par des associations locales qui ne disposent pas toujours des ressources humaines, financières ou matérielles pour accompagner la croissance de leur activité. Le manque de bénévoles et de renouvellement générationnel ainsi que les besoins de professionnalisation sont des enjeux récurrents pour ces structures. Ces freins, communs à plusieurs secteurs, imposent un travail conjoint avec les organisateurs pour tracer l'évolution de leur événement. Pour pérenniser leur activité, les associations ont un fort besoin de conseil en matière de communication, commercialisation ou d'amélioration de leur offre de services périphériques.



DES ENJEUX TRANSVERSAUX AU SERVICE DE NOTRE TERRITOIRE

VERS DES PRATIQUES TOURISTIQUES PLUS DURABLES

Les constats unanimes quant au changement climatique et ses conséquences malheureusement rapides supposent la mise en place d'un tourisme de plus en plus responsable et le moins polluant possible. En faisant preuve d'innovation et d'audace, nous sommes en mesure de bâtir une destination verte, préservant nos paysages et nos ressources. Si ces notions de durabilité dans le tourisme sont encore récentes pour la plupart des prestataires, voire floues quant à leur mise en œuvre, une adaptation progressive des pratiques doit s'opérer. Pour cette raison, l'ensemble des enjeux de ce schéma tient compte des impacts environnementaux et de leur pertinence vis-à-vis des défis climatiques, locaux ou globaux, auxquels les destinations touristiques doivent faire face. La Meuse dispose d'une nature exceptionnelle directement menacée par les conséquences du changement climatique. Il est essentiel que l'ensemble des acteurs du territoire s'en saisissent pour limiter d'éventuels effets irrémédiables, diminuer les impacts locaux et bien sûr pérenniser les activités touristiques.

LA MEUSE, NÉE POUR LE TOURISME SANS VOITURE ?

La topographie et la géographie du département offrent de grandes opportunités pour développer les mobilités douces. Son relief peu marqué, son maillage de routes peu fréquentées et son climat agréable favorisent une pratique accessible et simple, dans une approche du « slow tourisme » (tourisme lent) structurée, sécurisée, et centrée sur les activités de nature.

Une coordination régionale et transfrontalière sur la structuration d'un réseau adéquat pour les mobilités douces et le cyclotourisme, avec nos partenaires de la Grande Région et nos voisins départementaux français, permettrait de créer une vaste destination où la voiture deviendrait moins indispensable.



LA NOUVELLE MARQUE TERRITORIALE, UN ACCÉLÉRATEUR D'ENJEUX AMBITIEUX

Malgré certains a priori tenaces, la perception du territoire évolue positivement, grâce à un travail conséquent sur l'image de la destination touristique et sur ses codes de communication. Un travail qui sera approfondi au cours de ce schéma 2023-2027. La création de la marque « Juste la Meuse ! » permet de déployer de nombreuses actions de promotion territoriale et vient faciliter la réalisation des ambitions touristiques, mais pas uniquement, que nous nous sommes fixées.

« JUSTE LA MEUSE ! »

La marque au service de l'attractivité du territoire et de sa communauté autour de la notion d'équilibre :

Conçue pour offrir à la Meuse plus de visibilité et pour valoriser la richesse de ces multiples facettes, la marque vise à fédérer les acteurs meusiens autour de leur fierté pour leur territoire. Derrière cette démarche, la volonté de provoquer une rencontre, celle de ses habitants, les Meusiens, son territoire et ses richesses... avec tous leurs publics : visiteurs, touristes, clients, fournisseurs, investisseurs ou encore nouveaux résidents.

Orchestrée par l'agence Meuse Attractivité en étroite collaboration avec la communauté Meusienne, la marque « la Meuse ! » est mise à disposition des partenaires du territoire (entreprises, associations ou organismes publics) souhaitant l'intégrer dans leur communication afin de promouvoir leurs activités, aux niveaux national et international. Elle renforce la fierté d'appartenance, en mobilisant et en fédérant tous ses acteurs autour d'un même axe : la justesse.

En résumé, la marque « La Meuse ! » c'est :

1 Une vision



2 Une mission



3 Une promesse



4 Des valeurs



Les codes de cette marque sont désormais disponibles sur un site ouvert à tous :

marque.lameuse.fr

Les éléments qui composent « la Meuse ! » sont ainsi mis à la disposition des Meusiens d'ici ou d'ailleurs, avec la possibilité pour eux de se les approprier pour mieux communiquer leur fierté, mais aussi de s'en servir pour valoriser leur propre activité.

LES ENJEUX DU TOURISME À L'HORIZON 2027

Grâce aux enseignements recueillis au cours des ateliers de consultation des acteurs touristiques du territoire, ce schéma de développement 2023-2027 s'articule autour de 4 enjeux stratégiques : « La Meuse, une force de la nature » ; « La Meuse, riche de son histoire, de son patrimoine et de son terroir » ; « Construire la Meuse touristique de demain » ; « La Meuse, juste fier, juste j'en parle ! ». Tous viennent répondre tant aux besoins des acteurs touristiques du territoire qu'à la nécessité de valoriser les atouts naturels, culturels, et historiques meusiens.

A ces 4 enjeux s'ajoutent 2 principes transversaux qui marqueront toutes les actions inscrites au schéma :

- Le Département de la Meuse est soucieux de promouvoir un tourisme plus accessible pour les personnes atteintes de handicaps, quel qu'il soit. Pour répondre à cet objectif, les appels à projets en matière de développement touristique ou sportif seront conditionnés à la validation d'un cahier des charges visant à garantir l'accessibilité de la pratique au plus grand nombre.
- Face à des enjeux environnementaux de plus en plus préoccupants, l'ensemble de la stratégie sera mis en œuvre sous le signe d'un tourisme plus respectueux de l'environnement et favorisant une meilleure durabilité des activités du secteur. Cela doit se concrétiser par la création de produits touristiques plus engagés et innovants en matière de responsabilité écologique, mais aussi par une sensibilisation des acteurs comme des visiteurs aux enjeux écologiques du territoire meusien. Une fiche action transversale comprenant des actions spécifiques en la matière est détaillée ci-dessous.

ENJEU N°1

« LA MEUSE, UNE FORCE DE LA NATURE »

Forêts, fleuves, plaines, collines, lacs et étangs : les grands espaces naturels ne manquent pas en Meuse et constituent l'un des piliers majeurs de son attractivité touristique. Devant l'essor du tourisme de nature, notamment à vélo et plus généralement du « slow tourisme », la Meuse doit accompagner cet élan et tendre au développement d'une nouvelle forme de mobilité touristique, mais pas seulement. Le 1er enjeu de ce schéma est dédié au développement de ces offres de nature en pleine dynamique, ouvrant le champ des possibles à une découverte approfondie des joyaux meusiens.

Les objectifs de développement pour l'enjeu n°1 :

- Développer le cyclotourisme en Meuse : la Meuse à Vélo, la V52, et la myriade de circuits cyclotouristiques qui irriguent le département constituent le cadre idéal pour préparer le tourisme lent, respectueux de l'environnement, tout en valorisant le patrimoine meusien.
- Développer les filières touristiques de pleine nature : randonnée, VTT, trail, tourisms piscicole et fluvestre, l'équitation, la spéléologie, le canoë-kayak ou encore les sorties de découvertes de la faune et flore locales. La Meuse peut s'appuyer pour cette filière sur des acteurs phares en la matière tels que la base de loisirs du lac de Madine, les associations de VTT, d'événements sportifs ou de pêche.

ENJEU N°2

« LA MEUSE, RICHE DE SON HISTOIRE, DE SON PATRIMOINE ET DE SON TERROIR »

L'histoire de la Meuse et les nombreux siècles qu'elle retrace, son patrimoine architectural, sa gastronomie et ses savoir-faire, constituent au même titre que son offre de nature une prodigieuse force d'attractivité. La Meuse doit poursuivre la mise en tourisme de filières encore méconnues et pourtant riches de découvertes. Le travail dans le cadre de ce schéma visera également à positionner le tourisme d'histoire dans une pérennité d'attractivité en l'étoffant et en innovant dans la manière de le conter.

Les objectifs de développement concernant cet enjeu :

- Renforcer les sites de Mémoire et promouvoir l'innovation.
- Diversifier l'offre du tourisme d'histoire en Meuse.
- Valoriser l'offre patrimoniale et culturelle de Meuse.
- Valoriser la gastronomie et l'agritourisme.

ENJEU N°3

« CONSTRUIRE LA MEUSE TOURISTIQUE DE DEMAIN »

L'évolution de la consommation touristique et la concurrence territoriale font apparaître de nouveaux besoins pour les acteurs du tourisme. Ces besoins concernent aussi bien leur visibilité commerciale en ligne que la définition de plan de croissance pour maintenir un bon niveau d'attractivité, ou encore la conduite de démarches de professionnalisation. Les actions préconisées visent à apporter des solutions concrètes, par un accompagnement de terrain, à l'ensemble du tissu touristique (direct et indirect) meusien.

Les objectifs visant à répondre à cet enjeu :

- Accompagner la mise en marché de l'offre touristique.
- Professionnaliser et assurer la montée en gamme des prestataires meusiens.



ENJEU N°4

« LA MEUSE, « JUSTE FIER, JUSTE J'EN PARLE ! »

Les axes stratégiques cités précédemment présenteront une efficacité supérieure s'ils sont conduits au travers d'une marque unificatrice. La marque territoriale a pour finalité d'ériger la Meuse en territoire fier de son identité, de son potentiel, et ayant conscience de son attractivité.

Cet enjeu de développement s'articule autour de deux objectifs :

- Développer et promouvoir la marque territoriale.
- Construire et animer un réseau d'ambassadeurs du territoire, fier de porter les couleurs de la Meuse.



FICHES ACTIONS

.. ENJEU TRANSVERSAL

Tourisme durable et écoresponsabilité 22-26

OBJECTIF 1 : 24-26

Construction d'offres touristiques durables

- Fiche actions : "CONCEPTION ET INNOVATION DE PRODUITS TOURISTIQUES RESPONSABLES"
- Fiche actions : "SENSIBILISATION AUX DÉFIS CLIMATIQUES LOCAUX"

.. ENJEU N°1

LA MEUSE, une force de la nature 27-37

OBJECTIF 1 : 28-31

Développement du cyclotourisme en Meuse

- Fiche actions : "CYCLOTOURISME"

OBJECTIF 2 : 32-37

Développement de l'offre touristique de nature

- Fiches actions : "RANDONNÉE PÉDESTRE"
- Fiches actions : "VTT/TRAIL"
- Fiche actions : "TOURISME DE PÊCHE"
- Fiche actions : "TOURISME FLUVIAL & FLUVESTRE"

.. ENJEU N°2

LA MEUSE, riche de son histoire, de son patrimoine et de son terroir 38-47

OBJECTIF 1 : 40-43

Diversification de l'offre du tourisme d'histoire en Meuse

- Fiche actions : "TOURISME D'HISTOIRE"

OBJECTIF 2 : 44-45

Valorisation de l'offre patrimoniale et culturelle en Meuse

- Fiche actions : "TOURISME PATRIMONIAL ET CULTUREL"

OBJECTIF 3 : 46-47

Valorisation de la gastronomie et de l'agritourisme

- Fiche actions : "TOURISME RURAL ET DE SAVOIR-FAIRE"

.. ENJEU N°3

Construire LA MEUSE touristique de demain 48-53

OBJECTIF 1 : 50-51

Accompagnement à la mise en marché de l'offre touristique

- Fiche action : "OFFRE ÉVÈNEMENTIELLE"
- Fiche actions : "CONSEILS ET STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION"

OBJECTIF 2 : 52-53

Professionnalisation et croissance des prestataires Meusiens

- Fiche actions : "SOUTIEN À LA PROFESSIONNALISATION DES STRUCTURES TOURISTIQUES"

.. ENJEU N°4

LA MEUSE, juste fier, juste j'en parle 54-59

OBJECTIF 1 : 56-57

Notoriété et adhésion à la marque territoriale

- Fiche actions : "DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE TERRITORIALE «JUSTE LA MEUSE !»"

OBJECTIF 2 : 58-59

Étendre et animer le réseau des ambassadeurs de Meuse

- Fiche actions : "DÉVELOPPEMENT ET COORDINATION DU RÉSEAU DES AMBASSADEURS"

LEXIQUE DE LECTURE :

- **Acteur pilote** : rôle de coordinateur de l'action, il a vocation à être l'intermédiaire entre les acteurs partenaires, à insuffler le rythme de travail et à veiller à l'exécution des étapes de mise en œuvre. Il n'est pas automatiquement contributeur financier.
- **Acteur partenaire** : son rôle peut être multiple. Un acteur désigné comme partenaire peut apporter une contribution matérielle, d'expertise sur un domaine, être responsable et/ou en soutien de l'exécution d'étapes de mise en œuvre ou apporter une participation financière.
- **Période de réalisation** : planning estimatif de la réalisation de l'action.
- **Budget estimé** : lorsque cela est possible, un budget estimé est indiqué. Pour le reste, le coût des actions sera déterminé au cours de la durée d'exercice du schéma. Un budget estimatif ne vaut pas engagement financier des acteurs mentionnés.

ENJEU TRANSVERSAL

“**Tourisme durable et écoresponsabilité**”



OBJECTIF :

Construction d'offres touristiques durables

- Fiche actions “**CONCEPTION ET INNOVATION DE PRODUITS TOURISTIQUES RESPONSABLES**”, 24

- Fiche actions “**SENSIBILISATION AUX DÉFIS CLIMATIQUES LOCAUX**”, 25

OBJECTIF

CONSTRUCTION D'OFFRES TOURISTIQUES DURABLES

ACTION 1

ÉLABORER DES PRODUITS TOURISTIQUES INNOVANTS ADAPTÉS AU TERRITOIRE ET À SES ENJEUX

- Effectuer un état des lieux des offres touristiques écoresponsables (hébergements, activités) :
 - ▶ Enquête par questionnaire (basé sur le modèle de l'ARTGE pour le tourisme durable) permettant d'établir un score écoresponsabilité.
 - ▶ S'appuyer sur le « score-seuil » pour définir les offres les plus engagées et les privilégier dans les affichages sur le site et la communication de Meuse Attractivité.
 - ▶ Proposer des conseils aux hébergements proches du seuil ou volontaires pour une meilleure écoresponsabilité.
- Accompagner les acteurs touristiques dans leur stratégie de réduction d'empreinte carbone (équipements, activités, consommation énergétique, etc...)

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Acteurs touristiques directs et indirects

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023

- Concevoir des offres de « tourisme actif » envers la préservation de l'environnement :
 - ▶ P. ex : package touristique (*activités + nuitée(s)*) + temps dédié à une action de protection environnementale : collecte de déchets en milieu naturel, aide à la création d'un potager urbain, activités familiales (*initiation au tri des déchets pour les enfants, construction d'hôtels à insecte, réutilisation d'objets du quotidien, réduire son empreinte carbone etc...*).
 - ▶ P. ex : créer des offres touristiques combinées : une visite de site sur le champ de bataille (Ossuaire, EPCC Mémorial, etc...) ou dans un espace naturel (Lachaussée, Lac de Madine, Saillant de Saint-Mihiel...) suivie d'une randonnée pédagogique sur les risques forestiers / sensibilisation au milieu naturel.
 - ▶ P. ex : package touristique incluant la découverte de méthodes agricoles innovantes et respectueuses de l'environnement : approche pédagogique pour les adultes et/ou famille avec enfants, ateliers pratiques (si réalisables).

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Acteurs touristiques directs et indirects

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



ACTION 2

ACCROÎTRE LA SENSIBILISATION AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX AU TRAVERS DU TOURISME

- Co-concevoir un guide pratique et un plan de mise en œuvre à transmettre aux acteurs du territoire :
 - ▶ Conception via un groupe de travail avec des partenaires spécialistes des enjeux environnementaux.
- Conduire une expérimentation de marketing incitatif lors d'événements (sportifs, musicaux, culturels, etc...)

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Département de la Meuse / Acteurs touristiques directs et indirects

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023

- Élaborer un dispositif de communication global afin de diffuser efficacement les enjeux des espaces naturels sensibles et sensibiliser les visiteurs locaux comme extérieurs :
 - ▶ Acteurs à impliquer : ONF, EPCI, Meuse Attractivité, Département de la Meuse, Fédération de la pêche, Fédération de la chasse.
 - ▶ Destinataires : l'ensemble des prestataires touristiques du territoire : hébergements, restaurateurs, prestataires d'activités.
 - ▶ Objectifs :
 - ▶ Informer sur la fragilité des milieux lors de certaines conditions météorologiques et permettre à tous d'adapter leur activité (sécheresse, forte chaleur, crue, tempête, risque incendie, période de chasse, etc...).
 - ▶ Favoriser les bonnes pratiques face aux enjeux du territoire.
 - ▶ Valoriser d'autres activités à découvrir lorsque certaines zones sont inaccessibles ou déconseillées.

ACTEUR PILOTE : Département de la Meuse

ACTEURS PARTENAIRES : Meuse Attractivité / Acteurs institutionnels / Associations de protection de l'environnement & de gestion des milieux naturels (ONF, Fédération de chasse et Fédération de pêche, etc...) / Acteurs touristiques directs et indirects

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023

ENJEU N°1

“ LA MEUSE,
une force de la nature ”

OBJECTIF 1 :

Développement du cyclotourisme en Meuse

- Fiche actions “**CYCLOTOURISME,, 28-31**”

OBJECTIF 2 :

Développement de l'offre touristique de nature

- Fiche actions “**RANDONNÉE PÉDESTRE,, 32-33**”
 - Fiches actions “**VTT/TRAIL,, 34**”
- Fiche actions “**TOURISME DE PÊCHE,, 35-36**”
- Fiche Actions “**TOURISME FLUVIAL & FLUVESTRE,, 36-37**”

OBJECTIF 1

DÉVELOPPEMENT DU CYCLOTOURISME EN MEUSE

ACTION 1

PROPOSER UNE INFORMATION HARMONISÉE ET COORDONNÉE

- Réalisation d'un support de communication commun présentant les éléments clés et tracés des boucles et itinéraires départementaux (hors EV19) : équipements de parcours, points d'intérêts, etc.
- Création d'un document interdépartemental de présentation de l'itinéraire EV19 et de ses atouts.
 - ▶ **BUDGET ESTIMÉ** : 4 000€ par département (conception graphique, impression, diffusion).
- Extension du colloque vélo (1^{ère} édition en octobre 2022) à deux dates d'affilées et en collaboration avec les partenaires de l'Eurovélo19.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023
reconductible

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de
Tourisme de Meuse / Départements des Vosges /
Haute-Marne / Ardennes.



ACTION 2

DÉVELOPPER LE RÉSEAU D'ACCUEIL DES CYCLOTOURISTES

- Promouvoir davantage les bénéfices de la marque « Accueil Vélo » pour étoffer le réseau d'accueil :
 - ▶ Identifier des ambassadeurs meusiens de la marque.
 - ▶ Réunion d'information et de présentation des intérêts de la marque.
 - ▶ Démarchage des prestataires.
 - ▶ Identification des freins à la labellisation en vue d'adapter la stratégie de déploiement de la marque.
- Déployer davantage le label « Bienvenue aux cyclos » pour valoriser les itinéraires cyclables hors EV19 / V52.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de
Tourisme de Meuse

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



ACTION 3

OPTIMISER LA PRATIQUE LE LONG DE L'EUROVÉLO 19 ET DE LA VÉLOROUTE 52 ET LEUR NOTORIÉTÉ

- Porter le kilométrage de voies vertes à 60% en 2027 pour l'EV19 (16% en 2022) :
 - ▶ Concertation départementale pour une mutualisation efficace des moyens et une coordination optimale des aménagements.
- Aménager des itinéraires BIS pour sécuriser la pratique des usagers :
 - ▶ Identification et priorisation des zones dangereuses de l'itinéraire pour sécuriser les usagers.
 - ▶ Déployer une signalétique pratique et aisément compréhensible pour tous les usagers (véhicules motorisés, cyclistes français et étrangers).
- Développer des équipements le long des itinéraires favorisant une pratique accessible au plus grand nombre de cyclotouristes et préparant le cyclotourisme de demain :
 - ▶ Aménagement de points d'eau, aires de pique-nique/repos.
 - ▶ Locaux de réparation / abris.
 - ▶ Service de transport de bagages entre les hébergements.
 - ▶ « Vélostation » dans le modèle de la « Smart Mobilité » imaginée par l'ARTGE.

ACTEUR PILOTE : Communautés de communes
et d'agglomérations

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Département de
la Meuse, Offices de Tourisme de Meuse, Meuse
Attractivité

FINANCEMENT : Mixte entre acteurs publics du
département, de la région et de l'État. S'appuyer
sur les dispositifs d'aide au financement existants.

- Étendre la collaboration autour de l'itinéraire avec les pays concernés par l'EV19 (Belgique + Pays-Bas)
 - ▶ Communication coordonnée sur les atouts de l'itinéraire.
 - ▶ Commercialisation d'offres touristiques transfrontalières
- Améliorer l'image et la notoriété des itinéraires structurants en Meuse
 - ▶ Campagne SEO pour améliorer le référencement internet
 - ▶ Communication sur des canaux multiples : magazines, réseaux sociaux, référencement via les sites des prestataires, sites internet nationaux et européens, ou autre(s) selon pertinence.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Organismes
touristiques Belges et néerlandais / Offices de
Tourisme de Meuse / Départements des Vosges /
Haute-Marne / Ardennes.

ACTION 4

IDENTIFIER LA MEUSE COMME UN TERRITOIRE D'AVENIR DU CYCLOTOURISME

- Permettre le transport systématique de vélo par les navettes Meuse TGV – Verdun/Bar-le-Duc/Commercy :
 - ▶ Exemple : armature à l'arrière du bus (6 vélos transportables).
- Identifier et accompagner le développement de services innovants préparant l'avenir du cyclotourisme :
 - ▶ Projet de « Smart Tourisme » de l'ARTGE : casiers de stockage semi-permanent pour vélo (par exemple).
 - ▶ Services présents dans d'autres territoires (français ou étrangers).
- Étudier la faisabilité et viabilité du déploiement d'un service d'autopartage de véhicules motorisés au départ de Meuse TGV :
 - ▶ Fonctionnement grâce à des zones relais à Verdun, Bar-le-Duc.
- Etudier la piste d'un service de covoiturage le long de la Voie Sacrée :
 - ▶ Vocation de réduction des émissions de carbone pour les trajets pendulaires du quotidien.
 - ▶ Vocation secondaire de transport touristique supplémentaire intra-meuse et desservant la gare Meuse TGV.

ACTEUR PILOTE : Région Grand Est / Meuse
Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Département de la
Meuse / EPCI

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2025



ACTION 5

AMÉLIORER LE MAILLAGE DES VOIES CYCLABLES EN MEUSE

- Favoriser la pratique du cyclotourisme par un référencement de chemins, voies et routes sécurisés sur l'ensemble du département.
 - ▶ Création d'itinéraires utilisant des chemins blancs et voies sécurisées.
 - ▶ Élaboration de supports de promotion, a minima digitaux, pour valoriser le maillage de parcours cyclables du territoire.
 - ▶ Faciliter le cyclotourisme transfrontalier avec les Ardennes, la Belgique et le Luxembourg par une signalétique commune. Exemple : dispositif points-nœuds.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Conseil
Départemental / EPCI / Offices de Tourisme de
Meuse / Département du Nord, des Ardennes.

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2025-2026



OBJECTIF 2

DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE TOURISTIQUE DE NATURE

ACTION 1.1 "RANDONNÉE PÉDESTRE,, OPTIMISER LE PROCESSUS DE DÉVELOPPEMENT DES ITINÉRAIRES

- Alimenter les plateformes de référencement d'itinéraires de nouveaux parcours sécurisés, balisés ou aisément praticables, présentant des intérêts touristiques et culturels.
- Développer un observatoire de la fréquentation internet des sites et itinéraires par une centralisation des informations provenant des plateformes de tracés :
 - ▶ Exemples : Visorando, Cirkwi, Komoot, Helloways, etc.
- Mettre en place des compteurs de passages (mobiles) pour mesurer la fréquentation des itinéraires et adapter les actions de développement en conséquence.
- Développer un outil de partage d'information des projets d'aménagements ou de modification des parcours pour favoriser la coordination/mutualisation.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023-2027

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse

- Assurer le suivi et l'actualisation du Plan Départemental des Itinéraires de Promenade et de Randonnée (PDIPR)

ACTION 1.2 "RANDONNÉE PÉDESTRE,, GARANTIR L'ENTRETIEN CONSTANT DES VOIES ET LA PÉRENNITÉ DES ITINÉRAIRES

- Dresser un inventaire des actions d'entretiens des sentiers majeurs (Saillant de Saint-Mihiel, Lac de Madine, Champ de bataille de Verdun, sentiers d'Argonne) :
 - ▶ S'appuyer sur la convention d'entretien de la Fédération de randonnée de Meuse.
 - ▶ Partager l'inventaire aux territoires pour une meilleure diffusion de l'information aux touristes et usagers.
- Promouvoir l'utilisation de l'application « Suricate » :
 - ▶ Permet de signaler des problèmes rencontrés lors de sorties en nature pour améliorer la réactivité et accroître la responsabilité de chacun au partage des espaces.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Département de la Meuse / Fédération de Randonnée de Meuse / Offices de Tourisme de Meuse

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



ACTION 1.3 "RANDONNÉE PÉDESTRE,, POURSUIVRE LA MISE EN ŒUVRE DU PDESI

- Proposer aux usagers du territoire des parcours, et itinéraires respectant les exigences du cahier des charges du Plan Départemental des Espaces, Sites et Itinéraires.
 - ▶ Ces ESI sont mis en avant dans la communication départementale.

ACTEUR PILOTE : Département de la Meuse / Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTION 1.4 "RANDONNÉE PÉDESTRE,, TRAVAILLER À LA COMMERCIALISATION ET PROMOTION DE L'OFFRE DE RANDONNÉE

- Créer, en travaillant avec les hébergements, le secteur de la restauration et les prestataires d'activités, des produits touristiques adaptés à la pratique de randonnée pour les commercialiser
 - ▶ Packages touristiques de séjours en (semi)autonomie proposant une activité de nature en cœur de produit
 - ▶ Offres à destination des groupes (partenariats avec des guides natures par exemple)

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / Sites de randonnée : Madine, Lachaussée, Champ de bataille de Verdun, Saillant de Saint-Mihiel, etc...

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



ACTION 2.1 “ VTT/TRAIL „ **MESURER LES FLUX D’USAGERS DES CIRCUITS**

- Mettre en place un système de comptage pour les zones de VTT-FFC sans dispositif en place :
 - ▶ Un système de comptage itinérant pourra être déployé si le coût est trop onéreux.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : saison 2024

ACTEURS PARTENAIRES : Fédération de Randonnée de Meuse / Offices de Tourisme de Meuse / Associations sportives

BUDGET ESTIMÉ : 4 000€ par éco-compteur (basé sur un modèle à induction de comptage temporaire)

ACTION 2.2 “ VTT/TRAIL „ **ACCROITRE LE NOMBRE DE CIRCUITS BALISÉS**

- Conduire une étude territoriale pour proposer à la labellisation 1 à 2 nouvelles zones de VTT-FFC et de Trail
 - ▶ Inclure dès les projets des systèmes de comptage
 - ▶ Prioriser les zones potentielles selon les opportunités territoriales

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / Associations sportives / EPCI

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTION 2.3 “ VTT/TRAIL „ **SOUTENIR L’OFFRE D’ÉVÈNEMENTIEL SPORTIF DANS SA COMMUNICATION ET COMMERCIALISATION**

- Tirer pleinement parti du potentiel des événements sportifs en renforçant l’offre périphérique présente pour hisser des événements d’envergure départementale vers une échelle régionale :
 - ▶ Conception d’animations à destination des familles spectatrices.
 - ▶ Mieux anticiper la communication et accompagner les associations ou structures organisatrices dans la diffusion des supports d’informations et d’inscription.
 - ▶ Exemples : La Route des Hommes, La Béholle, Trail des têtes brûlées, Trail des tranchées, Le Grand Trail, La grande traversée d’Argonne, Trail de l’espoir, etc.
- Poursuivre le développement du dispositif Meuse Terre d’Échappées par Nature (en lien avec la labellisation « Terre de Jeux 2024 ») :
 - ▶ Favoriser les événements se démarquant par l’intégration d’une clause relative à l’accessibilité et à l’écoresponsabilité.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité / Département de la Meuse

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / EPCI

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



ACTION 3.1 “ TOURISME DE PÊCHE „ **FAVORISER ET DÉVELOPPER LA PRATIQUE DE PÊCHE DE LOISIR EN MEUSE**

- Travailler de concert avec les Offices de Tourisme et les associations locales de pêche en Meuse pour créer des offres découvertes présentant la diversité des pratiques de pêche :
 - ▶ « Sorties natures » commercialisées en partenariat Office de Tourisme / associations locales.
 - ▶ Pêche avec relâche en eau « no kill ».
 - ▶ Pêche en « float tube ».
 - ▶ Parcours familial / découverte / sportif.
- Faciliter l’accès à ce tourisme par un meilleur maillage du territoire des hébergements "labellisés pêche" :
 - ▶ Promotion et communication autour du label.
 - ▶ Accompagnement de la Fédération de Pêche dans les visites de labellisation.
- Organiser une consultation inter-filière lors de projets d’aménagement d’envergure pour mener un développement harmonieux des activités de nature :
 - ▶ Limiter les conflits entre le développement du cyclotourisme, sports nautiques et la pêche.
- Conduire une enquête auprès des hébergements pêches et des pratiquants pour analyser les besoins, freins et constituer une base de données.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Fédération Départementale de la pêche / Fédération Nationale de la pêche / Offices de Tourisme de Meuse / Associations locales de pêche / EPCI

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTION 3.2 “ TOURISME DE PÊCHE „ **ACCROITRE LA NOTORIÉTÉ DE LA MEUSE EN S’APPUYANT SUR LES LIEUX DE PÊCHE REMARQUABLES**

- Promouvoir les parcours de pêche dans la communication de Meuse Attractivité et des Offices de Tourisme concernés.
- Mettre en avant la diversité d’espèces pêchables en Meuse via les médias pertinents :
 - ▶ S’appuyer sur les connaissances de la Fédération de Pêche 55 pour identifier les médias adéquats.
- Prospecter pour héberger des compétitions, régionales/nationales de pêche comme le World Carp Classic au Lac de Madine.
 - ▶ Veiller à s’assurer de l’utilité économique et environnementale dans chaque prospection événementielle.
- En collaboration avec la Fédération et les AAPPMA locales, identifier les zones à développer / entretenir le long de l’axe fluvial de la Meuse :
 - ▶ Réunions de travail avec les EPCI et le Département de la Meuse.
 - ▶ Identifier les aménagements stratégiques à réaliser : dont certains sont utiles au tourisme fluvial (exemple : cales de mise à l’eau, pontons, etc...).

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Fédération Départementale de la pêche / Associations locales de pêche / Offices de Tourisme de Meuse / Prestataires touristiques spécialisés / EPCI / Département de la Meuse

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTION 3.3 “ TOURISME DE PÊCHE ,,

FACILITER L'ACCÈS DES TOURISTES À L'INFORMATION SUR LE TERRITOIRE

- Définir un système de diffusion efficace aux touristes de l'information relative aux pratiques du tourisme piscicole sur le territoire
- Soutenir la communication de la Fédération de pêche et des AAPPMA locales lors d'événements et d'activités découvertes

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Fédération départementale de la pêche / Fédération Nationale de la pêche / Offices de Tourisme de Meuse / Associations locales de pêche / EPCI / Hébergeurs « spécialisés pêche »

ACTION 4 “ TOURISME FLUVIAL & FLUVESTRE ,,

EXPLOITER LE PLEIN POTENTIEL ÉCONOMIQUE ET TOURISTIQUE DES VOIES D'EAU

Chaque action concernant les canaux et voies d'eau devra intégrer une analyse de son impact sur la faune et la flore directement ou indirectement touchées par les projets d'aménagement. Si le projet est significativement dégradant pour le milieu naturel, une solution éco-responsable devra être recherchée.

- Aménager et réaliser les projets recommandés dans le cadre de la stratégie de développement touristique du contrat de canal de la Meuse :
 - ▶ Travailler à la connexion entre les itinéraires structurants, les « Espaces, Sites et Itinéraires » référencés par le Département de la Meuse et les sports et loisirs de nature autour des canaux et itinéraires fluviaux.
- S'appuyer sur la consultation initiée fin 2022 entre le Département de la Meuse et Voie Navigable de France Nord-Est pour identifier les canaux et voies ou tronçons de voies exploitables à court et moyen terme, sans aménagement excessifs :
 - ▶ Aménager une voie/berge s'il y a un projet viable, pertinent, et écoresponsable affilié.
 - ▶ Accompagner les porteurs de projets intéressés pour créer un produit touristique ou culturel dans les démarches d'autorisations administratives et de positionnement touristique.
 - ▶ S'appuyer sur le budget alloué à l'attractivité de financeurs pour des projets d'hôtellerie et étudier la piste d'hébergements-péniches/originaux exploitant le réseau fluvial.

ACTEUR PILOTE : Région Grand Est

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2024 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Voies Navigables de France / EPCI / Meuse Attractivité / Offices de Tourisme de Meuse / Fédération départementale de la pêche / Département de la Meuse



ENJEU N°2

“ LA MEUSE,
riche de son histoire,
de son patrimoine
et de son terroir ”

OBJECTIF 1 :

Diversification de l'offre du tourisme d'histoire en Meuse

- Fiche actions “**TOURISME D'HISTOIRE,, 40-43**”

OBJECTIF 2 :

Valorisation de l'offre patrimoniale et culturelle en Meuse

- Fiche actions “**TOURISME PATRIMONIAL ET CULTUREL,, 44-45**”

OBJECTIF 3 :

Valorisation de la gastronomie et de l'agritourisme

- Fiche actions “**TOURISME RURAL ET DE SAVOIR-FAIRE,, 46-47**”

OBJECTIF 1

DIVERSIFICATION DE L'OFFRE DU TOURISME D'HISTOIRE EN MEUSE

- Assurer une diversification de l'offre touristique autour de l'histoire et pérenniser les niveaux de fréquentation des sites mémoriels.
- Harmoniser la promotion et la communication autour de l'offre touristique historique à l'échelle du département.
- Favoriser l'émergence de produits touristiques « innovants » valorisant les sites historiques en Meuse.
- Faire de la Meuse une destination de tourisme historique adaptée aux familles et aux enfants/jeunes adolescents.

ACTION 1

INNOVER DANS L'ORGANISATION ET LA COMMUNICATION DU TOURISME D'HISTOIRE

- Mettre en place une prise de parole unifiée autour des activités et visites liées à l'histoire et à la mémoire.
 - ▶ **Objectif** : Mutualiser les moyens, maximiser l'efficacité des actions de communication et optimiser la création d'offres touristiques nouvelles pour les acteurs de la filière.
 - ▶ Développement de la commercialisation de nouveaux produits touristiques
 - ▶ Mener des actions de promotion et de représentation stratégique pour développer l'attractivité et le poids de la filière aux yeux des acteurs extérieurs / touristes potentiels.
 - ▶ Privilégier la transversalité de l'offre d'histoire au sein d'autres offres touristiques.
 - ▶ Offrir un cadre de formation pour l'ensemble des guides touristiques « histoire ».

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / EPCC Mémorial / Ossuaire de Douaumont / Citadelle de Verdun / Structures gérantes des sites historiques (Jeanne d'Arc, Musée Louis XVI, Nasium), etc...

- Rédiger un « pack communication » à destination de l'ensemble des acteurs du secteur sur le territoire avec l'objectif d'harmoniser la communication à l'échelle du département :
 - ▶ Identifier & accompagner les prestataires dans une évolution de leur contenu internet pour positionner le tourisme mémoriel en tant que tourisme d'histoire.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2024

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / EPCC Mémorial / Sites d'histoire et de mémoire

- Identifier les sites/périodes historiques se prêtant à un projet d'expérimentation touristique en vue de rajeunir les publics et de renouveler l'offre présentée :
 - ▶ Proposer des prestations originales et ludiques autour du tourisme d'histoire afin d'aller chercher le public jeune et le fidéliser.
 - ▶ Exemples : Repas du Poilu, théâtralisation d'événements historiques, approche pédagogique adaptée aux jeunes publics.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2024

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / EPCC Mémorial / Sites d'histoire et de mémoire



ACTION 2

AMÉLIORER LA CONNAISSANCE DES PUBLICS ET LA MESURE DE FRÉQUENTATION POUR DÉVELOPPER DES OFFRES PLUS ADAPTÉES

- Élaborer un modèle d'étude des visiteurs en vue d'approfondir la connaissance des publics consommateurs d'histoire et de mémoire en Meuse :
 - ▶ Optimiser les dépenses marketing et de communication pour cibler au mieux, adapter l'offre, opérer une meilleure politique de fidélisation et adapter ses modes de commercialisation.
 - ▶ Harmoniser les méthodologies de comptage des sites.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2024 - 2025

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / EPCC Mémorial / Sites d'histoire et de mémoire

ACTION 3

HARMONISER LA PROMOTION DES ACTIVITÉS TOURISTIQUES HISTORIQUES

- Développer des formations rapides visant à former les prestataires pour la promotion des sites historiques du département :
 - ▶ En complément, et organisés par les Offices de Tourisme : réalisation d'éducteurs à destination des prestataires touristiques & Offices de Tourisme pour présenter plus amplement l'offre territoriale en matière d'histoire/mémoire.
 - ▶ Au terme de chaque micro-learning/éducteur = aboutir à une synthèse de l'offre et à une façon commune de la promouvoir.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : EPCC Mémorial de Verdun / Offices de Tourisme de Meuse / Acteurs des sites d'histoire et de mémoire

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 à fin 2025 pour la réalisation de l'ensemble des éducteurs. Pérenniser et actualiser du contenu pour des formations rapides.

- Soutenir les démarchages de marchés étrangers (Allemand en priorité) pour augmenter la fréquentation des touristes scolaires sur le champ de bataille.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : EPCC Mémorial / Sites d'histoire et de mémoire



ACTION 4

ACCOMPAGNER LES STRUCTURES DANS LEUR CROISSANCE ÉCONOMIQUE

- Multiplier les offres commercialisées en ligne :
 - ▶ Opter pour la création de produits combinés, d'offres tarifaires spécifiques ponctuelles pour maximiser la fréquentation et le chiffre d'affaires.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

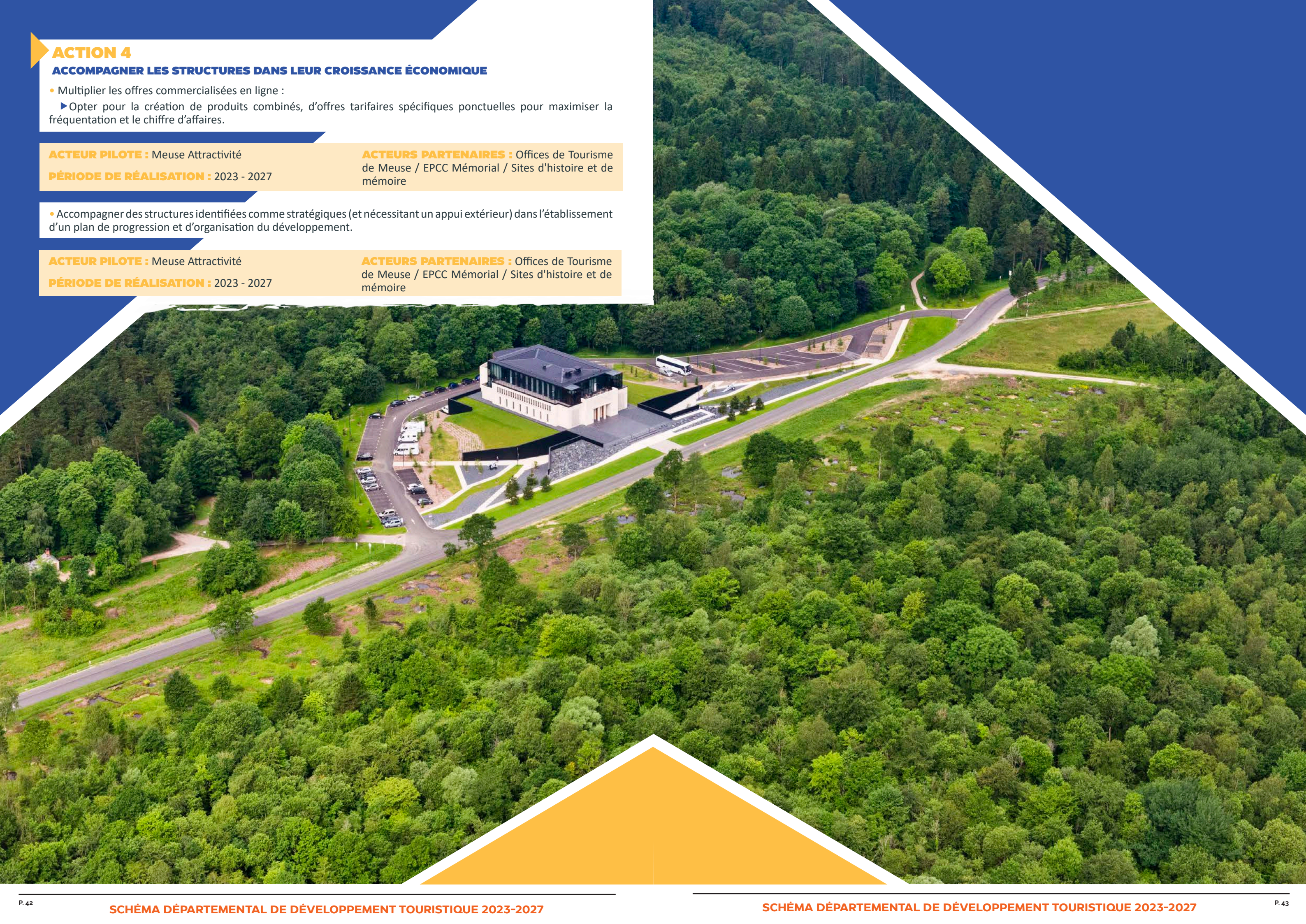
ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / EPCC Mémorial / Sites d'histoire et de mémoire

- Accompagner des structures identifiées comme stratégiques (et nécessitant un appui extérieur) dans l'établissement d'un plan de progression et d'organisation du développement.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / EPCC Mémorial / Sites d'histoire et de mémoire



OBJECTIF 2

VALORISATION DE L'OFFRE PATRIMONIALE ET CULTURELLE EN MEUSE

- Améliorer la fréquentation des lieux culturels (musées, abbayes, Vent des Forêts, monuments historiques, bâtiments historiques privés etc..).
- Améliorer la qualité d'accueil des lieux : langues étrangères, amplitude horaire selon la saison, développement d'une meilleure culture client, etc...
- Initier des travaux de rénovation/restauration en vue d'une mise en tourisme pour 3 à 5 sites identifiés.
- Accroître la connaissance des publics des offres culturelles existantes pour effectuer un ciblage et une communication plus efficace.

ACTION 1

VALORISER LE PATRIMOINE MEUSIEN PAR L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE

- Référencer les sites patrimoniaux en travaux ou en attente de travaux et développer un dispositif d'accompagnement à leur promotion touristique.
 - ▶ Sites à fort potentiel touristique (offres alentours, intérêt patrimonial, activités possibles sur place).

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité / Département de la Meuse

ACTEURS PARTENAIRES : Communes / EPCI / Propriétaires privés de biens

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2^{ème} semestre 2023 – 1^{er} semestre 2024

- Assurer le suivi du plan de valorisation de la citadelle de Montmédy.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : CODECOM de Montmédy

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



ACTION 2

QUALIFIER ET PROFESSIONNALISER LES ACTEURS CULTURELS MEUSIENS

- Intégrer les acteurs culturels aux ateliers de formation professionnelle de Meuse Attractivité et/ou des Offices de Tourisme, sur des thématiques pertinentes pour leur activité.
- Proposer des formations / conférences spécifiques à la communication et à la commercialisation (boutique, optimisation des ventes et de la présence en ligne) de l'offre culturelle, réalisées par un professionnel du milieu.
- Réaliser un inventaire des sites web peu visibles / performants / pratiques et les accompagner dans l'optimisation de leur site au cours des 5 ans :
 - ▶ Proposer un accompagnement adéquat sur le développement de la visibilité internet.
- Accompagner les sites et organismes gérants les sites dans l'identification précise de leur public si nécessaire :
 - ▶ Objectif d'induire une culture touristique dans la gestion des lieux patrimoniaux et culturels, une logique « marchande » d'exploiter au mieux sa base potentielle de visiteurs et favoriser l'augmentation de la fréquentation.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Associations et acteurs culturels / Offices de tourisme

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTION 3

FAVORISER L'INNOVATION DANS LA PRÉSERVATION DU PATRIMOINE

- Faire de la Meuse un territoire d'expérimentation de préservation du patrimoine rural :
 - ▶ Travail en collaboration avec le Projet des Jeunes Ambassadeurs du Patrimoine de Meuse (PJAPM).
 - ▶ Élaborer une méthode « clef en main » de valorisation de sites patrimoniaux.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Association des Jeunes Ambassadeurs du Patrimoine

PÉRIODE DE RÉALISATION : Début des réflexions 1^{er} trimestre 2023

- Identifier et prospecter, en coordination avec les EPCI et le Département de la Meuse, des villages candidats pour un projet de « street art » thématique et cohérent :
 - ▶ Renforcer les synergies entre développements culturel, patrimonial et développement touristique local.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Communes / EPCI / Artistes peintres, street-art (locaux ou non) à identifier

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2024 - 2025

ACTION 4

PARTICIPER À LA PRÉSERVATION ET À LA VALORISATION DU PATRIMOINE BÂTI REMARQUABLE AU TRAVERS DE L'ÉVÈNEMENTIEL

- Prospecter et dresser une liste des lieux historiques susceptibles d'accueillir une manifestation événementielle sportive, musicale, culturelle :
 - ▶ Sélectionner, après concertation 1 ou 2 sites propices et travailler avec eux à la mise en œuvre d'une manifestation (ponctuelle ou récurrente) s'intégrant en cohérence avec le lieu retenu (ou alors rupture totale).
 - ▶ Faire le suivi des retombées, analyse des attentes et de la satisfaction des publics, impact économique, élaboration d'un plan de développement.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Communes / EPCI / Associations culturelles organisatrices de manifestations

PÉRIODE DE RÉALISATION : Identification des sites potentiels 1^{er} semestre 2024

OBJECTIF 3

VALORISATION DE LA GASTRONOMIE ET DE L'AGRITOURISME

- Faire émerger une offre étoffée de découverte touristique du patrimoine rural, des savoir-faire et de l'artisanat meusiens.
- Intégrer plus largement les produits et événements artisanaux et locaux sur une place de marché en ligne pour une commercialisation extraterritoriale.

ACTION 1

DÉVELOPPER L'OFFRE DES TOURISMES GASTRONOMIQUES ET DE SAVOIR-FAIRE MEUSIENS

- Étudier les solutions de déploiement d'une labellisation « vélo & fromages » réparties sur plusieurs boucles à l'échelle du département.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2^{ème} semestre 2024

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme meusiens / Producteurs locaux (industriels, points de vente en direct) / Chambre d'agriculture

- Développer des itinéraires de randonnées pédestres ou cyclables valorisant un ou plusieurs ateliers d'artisanat, entreprises de savoir-faire, producteurs locaux labellisés « Bienvenue à la Ferme » :
 - ▶ S'appuyer en premier lieu sur les structures volontaires et prêtes à accueillir le public pour valoriser la filière.
 - ▶ Intégrer ces itinéraires dans le projet de circuits en semi-autonomie.
 - ▶ Prévoir un dispositif de comptage et de suivi de la fréquentation.
- Déployer une ou plusieurs solutions de valorisation de la venaison et des produits issus de la chasse en Meuse.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 1^{er} semestre 2025

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme meusiens / Fédération Départementale de la chasse / Artisans meusiens, exploitants agricoles, vigneron, etc...

- Accompagner les entreprises propices à une mise en tourisme n'ayant pas de dispositif en place à la définition d'un cadre de visite touristique :
 - ▶ L'appui d'un cabinet de consultant en médiation / création de visite culturelle pourra être sollicité.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2025 - 2026

ACTEURS PARTENAIRES : Entreprises et industries de savoir-faire local / Offices de Tourisme meusiens



ACTION 2

ELARGIR LA VISIBILITÉ ET ACCROÎTRE LA FRÉQUENTATION DES ÉVÉNEMENTS ET PRODUITS DE TERROIR MEUSIENS

- Accompagnement des événements locaux (marchés de Noël, fêtes rurales locales, etc.) dans une meilleure commercialisation en ligne et vers une montée en envergure :
 - ▶ Plan de progression par paliers de billetterie en ligne adapté à la capacité d'accueil et de gestion de l'organisme gérant.
 - ▶ Travail à l'accroissement de ses moyens d'accueil et de gestion.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Association de gestion des événements / Offices de Tourisme meusiens

- Pallier l'absence de points de vente directe ou de visibilité des producteurs par une vente de produits locaux au sein des hébergements touristiques et des Offices de Tourisme.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2025 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Prestataires touristiques / Producteurs et ou artisans locaux / Offices de Tourisme meusiens

- Redéfinir les modalités de participation de la Meuse au Salon International de l'Agriculture pour maximiser les bénéfices d'une présence sur place.
Les objectifs visés :
 - ▶ Promouvoir la Meuse comme un territoire rural attractif : innovations agricoles, découverte touristique à la ferme et des savoir-faire gastronomiques.
 - ▶ Promouvoir et commercialiser les produits gastronomiques meusiens auprès d'une audience large et de potentiels touristes.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : Département de la Meuse / Agriculteurs et/ou exploitants meusiens



ENJEU N°3

“ Construire LA MEUSE
touristique de demain ”

OBJECTIF 1 :

Accompagnement à la mise en marché de l'offre touristique

- Fiche action “OFFRE ÉVÈNEMENTIELLE,, 50
- Fiche actions “CONSEILS ET STRATÉGIES DE COMMERCIALISATION,, 51

OBJECTIF 2 :

Professionnalisation et croissance des prestataires Meusiens

- Fiche actions “SOUTIEN À LA PROFESSIONNALISATION DES STRUCTURES TOURISTIQUES ,, 52-53



OBJECTIF 1

ACCOMPAGNEMENT À LA MISE EN MARCHÉ DE L'OFFRE TOURISTIQUE

- Accompagner en amont des événements à fort potentiel dans leur commercialisation, communication et croissance économique.
- Avoir fait de la marque blanche de site internet un outil accessible pour l'ensemble des acteurs du département.
- Acculturer les organisateurs d'événements et les prestataires touristiques à la création d'offres de commercialisation conjointes.
- Prospecter de nouveaux et améliorer la présence de prestataires commercialisés sur la place de marché départementale.
- Poursuivre l'accompagnement de porteurs de projet dans la création d'établissements.
- Identifier les besoins de la Meuse en matière de prestataires touristiques : prospecter et accompagner ces porteurs de projets structurants pour le tourisme meusien.

ACTION 1 " OFFRE ÉVÈNEMENTIELLE ,, ACCOMPAGNER LES ÉVÈNEMENTS À FORT POTENTIEL

- Identifier des événements à accompagner chaque année en les sélectionnant selon des critères d'ampleur des retombées économiques, du potentiel d'irrigation touristique, de croissance potentielle, de démarcation du territoire ou selon leur caractère emblématique pour la Meuse/une commune :
 - ▶ Accompagnement à la définition d'un plan d'action dans l'organisation et la croissance de l'événement (communication, ciblage, commercialisation, etc.).
 - ▶ Accompagner les manifestations d'envergure départementale afin de les faire émerger plus rapidement aux niveaux régional ou national.
- Soutenir la progression des événements existants et favoriser l'émergence de nouveaux :
 - ▶ Travailler à la création d'une plateforme de mise en relation des équipes organisatrices pour une mutualisation des moyens.
 - ▶ Réfléchir à un dispositif commun de reconnaissance de l'engagement de bénévoles.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité / Associations ou organismes organisateurs de manifestations

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / CODECOM / Département de la Meuse / Prestataires touristiques territoriaux

PÉRIODE DE RÉALISATION : Annuelle, définir en N-1 la liste de événements à accompagner



ACTION 2

ACCOMPAGNER LES PRESTATAIRES TOURISTIQUES DANS UNE STRATÉGIE DE COMMERCIALISATION

- Accompagner les nouveaux prestataires touristiques dans une stratégie de commercialisation en ligne.
- Travailler aux côtés des structures adéquates au développement du tourisme d'affaires en Meuse.
 - ▶ Exemples : Château de Thillombois, Mémorial de Verdun, site d'Ecurey, l'ANDRA
- Sensibiliser les prestataires du secteur touristique à la vente croisée pour dynamiser l'ensemble du territoire et souder les prestataires :
 - ▶ Exemples : Favoriser la vente directe de produits locaux auprès des acteurs du territoire : hébergeurs, commerces de bouche, bases de loisirs et boutiques de sites touristiques, etc...

ACTION 3

ACCOMPAGNER LES PRESTATAIRES TOURISTIQUES POUR ACCROÎTRE LEUR VISIBILITÉ INTERNET

- Promouvoir l'appropriation du site internet « marque blanche » par les prestataires touristiques.
- Accompagner les nouveaux prestataires et ceux volontaires / ou suite à un audit de site, dans la rédaction optimisée de contenu web pour améliorer leur référencement.
- Identifier et accompagner les prestataires à potentiel touristique pour accroître leur présence d'une façon pertinente sur les bons réseaux et canaux de diffusion.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Prestataires touristiques territoriaux / Offices de Tourisme de Meuse

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTION 4

ACCOMPAGNER DES PORTEURS DE PROJETS DANS LEUR MISE EN TOURISME

- Garantir un accompagnement systématique des porteurs de projet sur les éléments suivants :
 - ▶ Cadrage du projet.
 - ▶ Recherche de lieu d'implantation.
 - ▶ Recherche d'aides et subventions matérielles/financières.
 - ▶ Apport de données et d'une expertise économique et touristique pour leur offrir les clefs afin de définir précisément leur projet.
- S'appuyer sur le dispositif d'étude de faisabilité et d'investissement à destination de projets hôteliers sur le territoire pour attirer des investisseurs.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Prestataires touristiques territoriaux / Offices de Tourisme de Meuse / Chambres consulaires

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



OBJECTIF 2

PROFESSIONNALISATION ET CROISSANCE DES PRESTATAIRES MEUSIENS

- Actualiser le label « Qualité Meuse » en 2023 pour intégrer l'écoresponsabilité au cœur du label.
- Augmenter le nombre de labellisés « Qualité Meuse » (nouveau référentiel 2023).
- Inciter les prestataires à viser les classements et référentiels promus par l'état.
- Renouveler les ateliers des rencontres professionnelles de Meuse Attractivité tous les ans, sur des thématiques clefs. Instaurer un système itinérant d'ateliers de formation sur l'ensemble du territoire.
- Fournir aux prestataires touristiques et commerçants des fiches conseils actualisées selon l'évolution des outils : utilisation optimale des réseaux sociaux, référencement web, « guide pratique du meilleur accueil meusien ». L'objectif : pallier l'absence des prestataires ne pouvant participer aux ateliers, et leur fournir une base théorique d'aide et de conseils.
- Se doter d'un outil de mesure de la qualité de l'accueil sur le territoire meusien, accessible en autodiagnostic à l'ensemble des prestataires du territoire (commerces, activités touristiques).

ACTION 1

CLASSER ET LABELLISER

- Systématiser, lors d'une prise de contact le permettant, un conseil ou une présentation d'un label ou référentiel de qualité intégrant des critères environnementaux pour des hébergements, restaurants ou activités de loisirs.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

- Révision du label Qualité Meuse :
 - ▶ Intégrer un volet central autour de l'écoresponsabilité et du tourisme durable.
 - ▶ Repenser le modèle de services fournis lors de l'obtention du label.
 - ▶ Travailler à une grille adaptable à l'ensemble des typologies d'hébergements.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Agence Régionale du tourisme du Grand Est

PÉRIODE DE RÉALISATION : Premier semestre 2023



ACTION 2

ACCROÎTRE LA PROFESSIONNALISATION DES PRESTATAIRES

- Élaborer une liste d'ateliers de formation professionnelle itinérants selon l'évolution des méthodes de commercialisation et de gestion de son activité touristique :
 - ▶ Gestion des réseaux sociaux, référencement web, optimisation de site internet, e-réputation, appropriation de la marque territoriale, formation spécifique à l'accueil en langue étrangère, etc...
 - ▶ S'appuyer sur les besoins territoriaux identifiés par les Offices de Tourisme.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : Lancement dès 2023 pour expérimentation – poursuivi annuellement selon le bilan

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse

- Conduire une prospection constante des hébergements non référencés dans les bases de données (logements Airbnb, « hors des radars ») en présentant les avantages à être référencé.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

- Rédiger, en s'appuyant sur les fiches conseils de Meuse Attractivité déjà existantes, des tutoriels d'utilisation détaillés et « clefs en main » pour les prestataires, sur les thématiques pertinentes abordées lors des ateliers.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Intervenants extérieurs mobilisés pour les ateliers de formation professionnelle.

PÉRIODE DE RÉALISATION : En parallèle des ateliers

- Concevoir un outil de mise en relation des hébergements touristiques avec des prestataires de services extérieurs connexes à l'activité touristique :
 - ▶ Service de blanchisserie, nettoyage de chambre, location de trottinettes/vélos (ou VAE), activité de canoë, offre de restauration, etc...
 - ▶ Susciter les partenariats et favoriser la professionnalisation des hébergements touristiques.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Offices de Tourisme de Meuse / Prestataires du territoire potentiellement concernés

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2024

ACTION 3

SENSIBILISER À LA CULTURE CLIENT

- Créer un outil destiné à l'autodiagnostic des prestataires du territoire (tout secteur confondu) en matière d'accueil et de satisfaction client :
 - ▶ Différenciation entre les hébergements touristiques vs. commerces.
 - ▶ Recueil du niveau de satisfaction client.
 - ▶ Intégrer un volet d'autodiagnostic centré sur les clientèles étrangères.
 - ▶ Contacter des organismes étrangers pour s'inspirer des démarches qualité.
- Prospecter et intégrer des prestataires au dispositif d'autodiagnostic :
 - ▶ Prévoir une présentation de l'outil lors d'une édition des Rencontres du Tourisme 2023 ou 2024.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Unions des commerçants / Chambre de Commerce et d'Industrie.

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2024

ENJEU N°4

la Meuse!

la Meuse!

**JUSTE
FIER**

**JUSTE
J'EN
PARLE**

“ LA MEUSE,
juste fier, juste j'en parle ”

OBJECTIF 1 :

Notoriété et adhésion à la marque territoriale

- Fiche actions **“DÉPLOIEMENT DE LA MARQUE TERRITORIALE «JUSTE LA MEUSE ! » „ 55-56**

OBJECTIF 2 :

Étendre et animer le réseau des ambassadeurs de Meuse

- Fiche actions **“DÉVELOPPEMENT ET COORDINATION DU RÉSEAU DES AMBASSADEURS„ 58-59**

OBJECTIF 1

NOTORIÉTÉ ET ADHÉSION À LA MARQUE TERRITORIALE

ACTION 1

DIFFUSER LA MARQUE TERRITORIALE AU TRAVERS D'ACTIONS DE COMMUNICATION

- Mettre en place un plan marketing étendu pour accroître la notoriété de la marque auprès des cibles exogènes et endogènes.
- Travailler à une utilisation conjointe de la marque territoriale entre Meuse Attractivité et le Département de la Meuse.
- Favoriser l'adoption et l'appropriation de la marque auprès des socio-professionnels du territoire et de cibles exogènes (lors de salons, événements, etc...).
- Nouer des partenariats avec des commerces et/ou industriels pour une campagne d'emballage produits avec la marque. Œuvrer à un partenariat avec la Chambre d'Agriculture et sa marque « Meuse & Merveilles ».
- Déployer la boutique éphémère itinérante sur des marchés, foires, salons, en Meuse et dans d'autres départements pour diffuser l'image de marque.
- Diffuser les supports traditionnels de communication en des lieux stratégiques hors-Meuse :
 - ▶ Élargir la diffusion de ces supports au niveau national et dans les pays frontaliers les plus émetteurs de flux touristiques.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : L'ensemble des prestataires du territoire est potentiellement concerné.

ACTION 2

ENGAGER LES ACTEURS DU TERRITOIRE DANS L'UTILISATION DE LA MARQUE AU SEIN DE LEURS ACTIONS DE COMMUNICATION

- S'engager dans une démarche continue de présentation de la marque et de la plateforme de marque en ligne, accessible par tous afin de la faire connaître par le plus grand nombre :
 - ▶ Intégrer les Offices de Tourisme dans une appropriation plus poussée de la marque et les former pour devenir ambassadeurs de la marque auprès des acteurs touristiques et de leur collectivité.
 - ▶ Proposer de nouveaux supports de promotion unifiés sous une même marque : étudier la piste d'un site internet commun à tous les Offices de Tourisme.
- Poursuivre et étendre l'opération de la campagne « Juste Fier ! » auprès des entreprises pour valoriser les acteurs meusiens et harmoniser l'image de marque du département.
- Décliner l'identité web de la marque territoriale avec des socio-professionnels, en particulier issus du secteur associatif :
 - ▶ Dispositif de site « marque blanche ».
- Créer des modèles de publications réseaux sociaux basés sur la marque territoriale et utilisables par les acteurs du territoire pour leur communication.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTEURS PARTENAIRES : L'ensemble des prestataires du territoire est potentiellement concerné.

“ ICI,
On se mène la vie simple ”



OBJECTIF 2

ÉTENDRE ET ANIMER LE RÉSEAU DES AMBASSADEURS DE MEUSE

- Animation et développement du nombre d'ambassadeurs pour couvrir l'ensemble des bassins émetteurs de flux touristiques français et les pays frontaliers : Pays-Bas, Luxembourg et Allemagne.
- Créer un réseau formé et homogène dans la communication hors du territoire pour disposer d'appuis compétents pour la promotion de la Meuse.
- Mettre en place un système de communication dédié aux échanges entre les ambassadeurs eux-mêmes et Meuse Attractivité.

ACTION 1

AUGMENTER LE NOMBRE D'AMBASSADEURS SUR LE TERRITOIRE NATIONAL ET LES PAYS LIMITROPHES STRATÉGIQUES

- Cibler les principaux départements (Grand Est et au-delà) émetteurs de touristes en Meuse et faire adhérer des Meusiens / amoureux de la Meuse :
 - ▶ **Objectif** : Convertir de nouveaux ambassadeurs.
- Créer un « pass ambassadeur » offrant droit à des réductions ou avantages sur présentation du pass dans plusieurs sites du département.

ACTION 2

DISPOSER DE PERSONNES-RELAIS COMPÉTENTES ET FIÈRES DE PROMOUVOIR LA MEUSE AU SEIN, ET HORS DE SES FRONTIÈRES

- Organiser un éducteur test sur 1 ou ½ journée pour l'ensemble des ambassadeurs sur un site en Meuse :
 - ▶ Produire, à l'issue de ces éducteurs, des mini-livrables de synthèse permettant de présenter le territoire et ses activités.
- Imaginer des "e-learning" spécifiques et un « kit pratique » de communication pour doter les ambassadeurs des éléments de langages à utiliser ou éviter, visuels à privilégier, bons gestes réflexes lors d'une publication sur les réseaux sociaux.
- Identifier un noyau d'ambassadeurs clefs pouvant accompagner les acteurs meusiens ou s'y rendre en autonomie sur des salons et événements pertinents et présentant un intérêt à compter une représentation meusienne.
- Identifier un noyau d'ambassadeurs vivant en Meuse et volontaires pour officier en tant que « greeters » pour les nouveaux arrivants et les accompagner dans la découverte des « coins secrets » et bons plans en Meuse.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Réseau des Ambassadeurs

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027

ACTION 3

DÉPLOYER UN OUTIL DE COMMUNICATION INTER-AMBASSADEURS x MEUSE ATTRACTIVITÉ POUR FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DU RÉSEAU, SON FONCTIONNEMENT ET SON SUIVI.

- Créer un espace dédié aux ambassadeurs sur le site de Meuse Attractivité :
 - ▶ En complément ou alternative selon la complexité de mise en œuvre : créer un groupe Facebook / WhatsApp pour faciliter les échanges et disposer d'une plateforme de communication accessible facilement et partout pour l'ensemble du réseau ambassadeur.

ACTEUR PILOTE : Meuse Attractivité

ACTEURS PARTENAIRES : Réseau des Ambassadeurs

PÉRIODE DE RÉALISATION : 2023 - 2027



MEUSE ATTRACTIVITÉ

Centre d'affaires Cœur de Meuse

ZID Meuse TGV

F-55220 LES TROIS DOMAINES

03 29 45 78 40

contact@lameuse.fr

www.lameuse.fr



#meuse.attractivite

